

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

Т. А. Пушкар

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ
з курсу

МЕНЕДЖМЕНТ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*(для студентів заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня
«спеціаліст» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво»
спеціальності 7.03050401 – Економіка підприємства)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2016

Пушкар Т. А. Конспект лекцій з курсу «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» (для студентів заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» спеціальності 7.03050401 – Економіка підприємства) / Т. А. Пушкар; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 89 с.

Автори: Т. А. Пушкар

Рецензент: д. екон. н, проф. В. Б. Родченко

Рекомендовано кафедрою економіки підприємств міського господарства
№ 13 від 06.06.2015р.

© Т. А. Пушкар, 2015

© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. СУТНІСТЬ І ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	5
Тема 1 Зовнішньоекономічна діяльність та її роль у розвитку національної економіки.....	5
Тема 2 Управління ЗЕД на рівні підприємства.....	11
Тема 3 Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності.....	19
Тема 4 Нетарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності.....	31
Тема 5 Валютне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні.....	36
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 ОРГАНІЗАЦІЯ Й УПРАВЛІННЯ ЗЕД ПІДПРИЄМСТВА.....	41
Тема 6 Форми виходу підприємств на зовнішні ринки.....	41
Тема 7 Ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.....	47
Тема 8 Структура і зміст зовнішньоекономічних контрактів.....	50
Тема 9 Економічний аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	58
Тема 10 Транспортне обслуговування зовнішньоекономічної діяльності.....	66
Тема 11 Міжнародні розрахунки.....	72
Тема 12 Управління діяльністю спільних підприємств	83
Перелік джерел.....	88

ВСТУП

Значення зовнішньоекономічної діяльності в розвитку економіки всіх країн, у тому числі й України, постійно зростає. Історичний досвід підтверджує вигідність розширення участі країн у міжнародному поділі праці і різноманітних формах міжнародного бізнесу. І навпаки, згортання зовнішньоекономічної діяльності неминуче призводить до уповільнення соціально-економічного розвитку країни, виникнення складних проблем, які неможливо вирішити не лише в економіці, але і в інших сферах суспільного життя. Тому процес глобалізації та інтернаціоналізації господарського життя можна вважати закономірним з огляду на посилення взаємозалежності між країнами і зростаючу схожість їх економік. У сучасному світі чіткіше простежується тенденція до інтеграції в міжнародному економічному просторі. Доказом цього є тісна взаємозалежність виробництва і міжнародної торгівлі. Сьогодні більшість товарів надходить на ринок через зовнішню торгівлю або виготовляється з використанням складників, що завозяться з-за кордону.

Комплексні економічні перетворення, що відбуваються сьогодні в Україні, мають на меті не лише виробити моделі та механізми побудови і послідовної реалізації сучасних економічних відносин, але й поступову інтеграцію українських підприємств у міжнародні економічні зв'язки, з одного боку, і залучення іноземних підприємців до діяльності в Україні, - з іншого.

Розвиток продуктивних сил країн неминуче веде їх до виходу на зовнішній ринок, до зростання міжнародних зв'язків, сприяє інтернаціоналізації господарського життя. У сучасному світі чіткіше простежується тенденція до інтеграції в міжнародному економічному просторі. Доказом цього є тісна взаємозалежність виробництва і міжнародної торгівлі. Сьогодні більшість товарів надходить на ринок через зовнішню торгівлю або виготовляється з використанням складників, що завозяться з-за кордону.

Зовнішньоекономічна діяльність діє змогу прискорювати науково-технічний прогрес завдяки організації спільних досліджень, швидкому переобладнанню сучасною технікою цілих галузей і виробництв, сприяє розв'язанню багатьох соціальних проблем. Отже, зовнішньоекономічні зв'язки стають одним з основних чинників розвитку господарства України.

Саме тому набуття теоретичних знань і практичних навичок в сфері зовнішньоекономічної діяльності є необхідною умовою всебічної і поглибленої підготовки майбутнього фахівця в галузі економіки підприємства.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 СУТНІСТЬ І ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 1 Зовнішньоекономічна діяльність та її роль у розвитку національної економіки

- 1.1 Передумови й основні принципи здійснення ЗЕД в Україні. Матеріальна основа ЗЕД.
- 1.2 Суб'єкти ЗЕД. Основні види ЗЕД.
- 1.3 Регулювання ЗЕД.

1.1 Передумови й основні принципи здійснення ЗЕД в Україні. Матеріальна основа ЗЕД

В результаті проведення економічних реформ в зовнішній сфері сформувалось два поняття: «зовнішньоекономічні зв'язки» (ЗЕЗ) і «зовнішньоекономічна діяльність» (ЗЕД).

На відміну від ЗЕЗ, які являють собою різні форми, засоби і методи зовнішньоекономічних відносин між країнами, ЗЕД висвітлює зовнішньоекономічну діяльність на рівні виробничих структур (фірм, організацій, підприємств, об'єднань і т.д.). ЗЕД можна визначити як сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і оперативно-комерційних функцій підприємства, пов'язаних з його виходом на зовнішній ринок та участю в зовнішньоекономічних операціях.

ЗЕД розглядають як один із аспектів ЗЕЗ. Разом з тим, це самостійна діяльність підприємства, яка являється, з одного боку, складовою частиною господарської діяльності підприємства, а з другої-якою частиною його діяльності, котра здійснюється на іншому, міжнародному рівні, у взаємозв'язку з господарськими суб'єктами інших країн.

Головні передумови ЗЕД:

- 1. Бурхливий розвиток галузей суспільного виробництва.
- 2. Поширення суспільного поділу праці.
- 3. Можливість отримання більшої рентабельності на світогосподарському рівні.
- 4. Розвиток виробничої й соціальної інфраструктури різних країн.
- 5. Інтенсифікація вивозу капіталів.
- 6. Зменшення національних обмежень щодо руху факторів виробництва і кінцевих товарів.

Основні фактори розвитку ЗЕД:

- 1. Нерівномірність економічного розвитку країн і регіонів.
- 2. Відмінності в забезпеченні ресурсами.
- 3. Характер політичних відносин.
- 4. Особливості географічного становища і природнокліматичних умов.

Згідно з Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 р. N 959-XII зі змінами і доповненнями *основними принципами здійснення ЗЕД в Україні є:*

Принцип суверенітету народу України у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, що полягає у:

- виключному праві народу України самостійно та незалежно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність на території України, керуючись законами, що діють на території України;
- обов'язку України неухильно виконувати всі договори і зобов'язання України в галузі міжнародних економічних відносин;

Принцип свободи зовнішньоекономічного підприємництва що полягає у:

- праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності добровільно вступати у зовнішньоекономічні зв'язки;
- праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності здійснювати її в будь-яких формах, які прямо не заборонені чинними законами України;
- обов'язку додержувати при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності порядку, встановленого законами України;
- виключному праві власності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на всі одержані ними результати зовнішньоекономічної діяльності;

Принцип юридичної рівності і недискримінації, що полягає у:

- рівності перед законом всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, незалежно від форм власності, в тому числі держави, при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;
- забороні будь-яких, крім передбачених цим Законом, дій держави, результатом яких є обмеження прав і дискримінація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також іноземних суб'єктів господарської діяльності за формами власності, місцем розташування та іншими ознаками;
- неприпустимості обмежувальної діяльності з боку будь-яких її суб'єктів, крім випадків, передбачених цим Законом;

Принцип верховенства закону, що полягає у:

- регулюванні зовнішньоекономічної діяльності тільки законами України;
- забороні застосування підзаконних актів та актів управління місцевих органів, що у будь-який спосіб створюють для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності умови менш сприятливі, ніж ті, які встановлені законами України;

Принцип захисту інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, який полягає у тому, що Україна як держава:

- забезпечує рівний захист інтересів всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та іноземних суб'єктів господарської діяльності на її території згідно з законами України;
- здійснює рівний захист всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України за межами України згідно з нормами міжнародного права;
- здійснює захист державних інтересів України як на її території, так і за її межами лише відповідно до законів України, умов підписаних нею міжнародних договорів та норм міжнародного права.

Принцип еквівалентності обміну, неприпустимості демпінгу при ввезенні та вивезенні товарів.

Матеріальна основа ЗЕД - зовнішньоекономічний комплекс країни (регіону). Він являє собою сукупність галузей, підгалузей, об'єднань, підприємств і організацій, що виробляють продукцію на експорт чи використовують імпорتنу продукцію та здійснюють інші види і форми ЗЕД.

Важливим завданням в розвитку зовнішньоекономічного комплексу країни являється об'єднання виробничих і зовнішньоекономічних видів діяльності в єдину органічну, успішно функціонуючу систему. Умовами успішного розвитку зовнішньоекономічного комплексу сьогодні являються:

- зміцнення і нарощування експортного потенціалу;
- активна участь в різних формах міжнародного спільного підприємництва;
- підвищення конкурентноздатності підприємств і виробничо-господарського комплексу;
- розширення самостійної діяльності підприємств, фірм, регіонів країни в здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

1.2 Суб'єкти ЗЕД. Основні види ЗЕД

Основні суб'єкти ЗЕД (за законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність»):

- 1) фізичні особи – громадяни і негромадяни України, які мають громадянську правоздатність і постійно мешкають на території України;
- 2) юридичні особи, які є резидентами України (zareєстровані і мають постійне місцезнаходження), зокрема особи, майно і капітал яких є повною власністю іноземних суб'єктів господарської діяльності;
- 3) об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які не є юридичними особами за законодавством України, але мають постійне місцезнаходження на території держави, яким за цивільно-правовими актами не заборонено здійснювати господарську діяльність;
- 4) структурні одиниці іноземних суб'єктів господарської діяльності (філіали, відділення), які постійно розташовані на території України;
- 5) спільні підприємства за участю суб'єктів діяльності України та іноземних суб'єктів, які zareєстровані в Україні і мають постійне місцезнаходження на її території;
- 6) інші суб'єкти.

Таким чином, слід відзначити принциповий характер резидентства як передумови належності до суб'єкта ЗЕД країни.

За законодавством нашої держави для здійснення ЗЕД необхідна її письмова наявність у статуті суб'єкта господарювання. Важливим є також право суб'єктів відкривати свої представництва на території інших країн згідно з їх законодавством.

Основні види ЗЕД:

- 1) імпорт і експорт кінцевих товарів і чинників виробництва (капіталів, робочої сили, природних ресурсів);
- 2) надання і отримання послуг при взаємодіях з нерезидентами (іноземними суб'єктами);
- 3) наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарювання; навчання і підготовка спеціалістів на комерційній основі;
- 4) міжнародні фінансові операції, зокрема з цінними паперами;
- 5) кредитні, розрахункові операції між суб'єктами ЗЕД та іноземними суб'єктами господарської діяльності; утворення суб'єктами ЗЕД кредитних і страхових установ за межами держави і вказаних установ силами іноземних суб'єктів на території даної держави;
- 6) спільна підприємницька діяльність із створенням спільних підприємств, здійсненням спільних господарських операцій та спільне володіння майном;
- 7) підприємницька діяльність, пов'язана з використанням прав інтелектуальної власності;
- 8) організація і проведення міжнародних виставок, ярмарок, аукціонів, торгів, конференцій та інших дій на комерційній основі за участю суб'єктів ЗЕД;
- 9) товарообмінні, зокрема бартерні операції між національними суб'єктами ЗЕД та іноземними суб'єктами;
- 10) операції з отримання, продажу і обміну валют;
- 11) роботи на контрактній основі фізичних осіб країни за кордоном та іноземців у даній країні;
- 12) інші види ЗЕД.

1.3 Регулювання ЗЕД

Регулювання ЗЕД базується на загальних принципах регулювання економіки. Проте методи регулювання мають певну специфіку, яка залежить від зовнішньоекономічної політики держави.

Сучасна система управління зовнішньоекономічною діяльністю охоплює широке коло об'єктів. За певними критеріями і ознаками її поділяють на певні розділи чи сегменти.

У широкому аспекті система управління зовнішньоекономічною діяльністю постає складним, багатовимірним, багатогранним явищем. В узагальненому вигляді її можна характеризувати сукупністю рівнів управління, широкого кола об'єктів, складових операцій, а також форм (рис. 1).

Зовнішньоторговельна політика являє собою систему заходів, спрямованих на захист внутрішнього ринку чи на стимулювання росту обсягу зовнішньої торгівлі, зміни її структури і напрямку товарних потоків.

Існує два підходи до формування зовнішньоторговельної політики — протекціонізм і вільна торгівля (лібералізація). Зовнішньоекономічна політика є

основною, на якій ґрунтується правове забезпечення міжнародної торгівлі будь-якої країни, і характеризується формами та інструментами її реалізації.

До категорії засобів управління зовнішньоекономічною діяльністю відносять також антимонопольне регулювання та антидемпінгове регулювання і засоби боротьби з недобросовісною конкуренцією.

Державне регулювання ЗЕД в Україні здійснюється на основі законів України та інших нормативно-правових документів і спрямоване на :

- забезпечення збалансованості економіки, рівноваги внутрішнього ринку України;
- стимулювання прогресивних структурних змін в економіці;
- створення найбільш сприятливих умов для залучення України в систему світового поділу праці і її приєднання до ринкових структур закордонних країн.

Україна має у своєму розпорядженні чималий арсенал регуляторів зовнішньоекономічної діяльності, серед яких основними є *правові, адміністративні, економічні*.

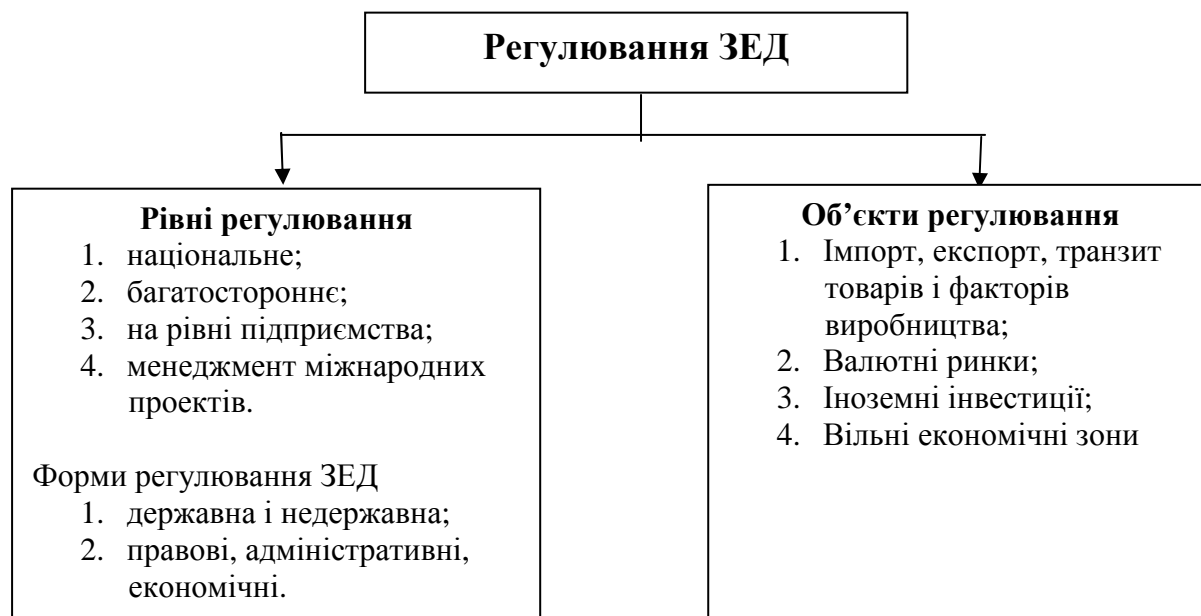


Рисунок 1 – Форми і види регулювання ЗЕД

Правове регулювання зовнішньоекономічних зв'язків включає розробку та прийняття нормативно-правової бази в Україні та виконання норм міжнародного права, приєднання України до міжнародних організацій та конвенцій, укладання міжнародних угод.

В залежності від рівня включення економіки країни у світове господарство і ролі його в стимулюванні розвитку внутрішньої системи виділяють такі правові режими в сфері зовнішньоекономічної діяльності:

- 1) справедливий або недискримінаційний;
- 2) режими найбільшого сприяння;
- 3) національний режим;
- 4) спеціальний правовий режим.

Режим найбільшого сприяння є нормою недискримінації. Це свого роду норма прикордонного режиму, що однаково важлива як для торгівлі, так і для інвестицій при допуску товарів чи інвестицій у країну. Режим, що надається третій державі, автоматично поширюється і на державу, якій першочергово був наданий режим найбільшого сприяння.

Національний режим передбачає, що при розгляді конкретних питань іноземним суб'єктом господарської діяльності повинен надаватися режим не менш сприятливий, ніж суб'єктам господарювання даної держави.

Спеціальний правовий режим може запроваджуватися в спеціальних економічних зонах різного типу. Тобто, тільки на даній території можуть застосовуватися окремі правові норми. Це здебільшого пільгові режими щодо окремих економічних ситуацій.

Адміністративні форми пов'язані з прямим дозволом чи заборобою, створенням додаткових бар'єрів, застосуванням неекономічних засобів тиску, використанням вибіркового підходів до партнерів чи клієнтів за межами економічної користі. Наприклад, мікроформою адміністративного регулювання є заборон паління персоналу, використання рекламних форм конкретного телеканалу за критерієм особистих стосунків та ін.

Макроадміністративні засоби набагато різноманітніші. Тільки політичні симпатії та антипатії здатні зруйнувати будь-які потенціальні корисні контракти.

Мегаадміністративне регулювання ґрунтується на членстві країни чи суб'єкта ЗЕД у міжнародних організаціях з конкретними вимогами статутів та інших базових документів. Претензії FATF (організації з боротьби з незаконним обігом тіншових капіталів) до конкретних країн здатні привести до арешту активів суб'єктів ЗЕД за кордоном.

До економічних регуляторів належать розробка і встановлення податків у сфері зовнішніх відносин; затвердження порядку нагромадження і використання валютних коштів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності; система розрахунків та кредитування експортно-імпортних відносин.

Формування соціально-орієнтованої економіки ринкового типу передбачає багатогранний комплекс взаємообумовлених заходів як у сфері функціонування внутрішніх економічних відносин, так і зовнішніх. І однією з найсуттєвіших проблем є вдосконалення системи фінансових важелів як засобів підвищення ефективності економіки.

До категорії засобів управління зовнішньоекономічною діяльністю відносять також антимонопольне регулювання та антидемпінгове регулювання і засоби боротьби з недобросовісною конкуренцією.

Протекціонізм спрямований на забезпечення сприятливих умов для реалізації на внутрішньому ринку товарів національних виробників, захист внутрішнього ринку від іноземної конкуренції.

Політика вільної торгівлі виражається в більш відкритому доступі на національний ринок іноземних товарів.

Найбільш поширеними економічними засобами регулювання зовнішньоекономічних зв'язків є митні платежі, які стають суттєвим бар'єром при переміщенні товарів через митний кордон країни.

Важливим моментом у здійсненні ЗЕД є захист інтересів суб'єктів ЗЕД. До заходів щодо захисту прав і законних інтересів держави та її суб'єктів зовнішньоекономічної і господарської діяльності України, відносяться:

- захист прав та законних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України за межами України;
- заходи України у відповідь на дискримінаційні або недружні дії інших держав, митних союзів або економічних угруповань;
- заходи щодо захисту економічної конкуренції в галузі зовнішньоекономічної діяльності;
- обмеження реекспорту;
- заходи проти недобросовісної конкуренції та зростаючого імпорту при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

Україна зобов'язана здійснювати захист прав та законних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України за межами України згідно з нормами міжнародного права. Такий захист здійснюється за зверненням суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності до дипломатичних та консульських установ, державних торговельних представництв України за кордоном.



Питання для самоконтролю

1. Назвіть суб'єкти ЗЕД в Україні.
2. Охарактеризуйте основні принципи здійснення ЗЕД в Україні.
3. Охарактеризуйте основні функції ЗЕД.
4. Визначте поняття суб'єкту і об'єкту ЗЕД.
5. Назвіть основні форми ЗЕД в Україні.
6. Як здійснюється облік учасників ЗЕД?
7. Дайте визначення зовнішньоекономічної діяльності.
8. Дайте визначення зовнішньоекономічного комплексу країни.

Тема 2 Управління ЗЕД на рівні підприємства

2.1 Планування ЗЕД підприємства.

2.2 Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

2.1 Планування ЗЕД

Планування є важливою частиною управління ЗЕД. Суть планування можна визначити як вміння передбачити мету підприємства, результати її діяльності і ресурси, потрібні для досягнення цієї мети.

Планування допомагає відповісти на важливі запитання:

1. Де підприємство знаходиться в даний час, які його економічні позиції?
2. Яким чином, з використання яких ресурсів можливо досягти максимальних результатів в діяльності підприємства?
3. Як може бути використана ЗЕД для успішного соціально-економічного розвитку підприємства?

Довготривале планування охоплює довгі періоди часу, 10-25 років. Деякий час довготривале планування ототожнювалось із стратегічним, але ці два поняття розглядаються окремо. Стратегічне планування по своєму змісту багато складніше довготривалого.

Середньотривале планування конкретизує орієнтири, визначені в довготривалих планах. Вони розраховані на більш короткий час.

Донедавно середньотривале планування розраховувалось на 5 років, проте швидкість змін зовнішнього середовища зумовила необхідність скоротити термін цього типу планування приблизно до 2-3 років. В сфері ЗЕД середньотривалі плани вирішують завдання, пов'язані з перебудовою існуючих виробничих потужностей, оновленням асортименту, розширенням чи звуженням експорту (імпорту), пошуком нових ринків збуту і т.д.

Короткострокове планування - вироблення планів на 1-2 роки.

Зазвичай це річний план, який нараховує в собі конкретні завдання по здійсненню експортно-імпортних операцій. Вони (операції) містять інформацію про строки, об'єми, асортимент, черговість поставок і т.ін.

Весь процес планування ЗЕД, як і внутріфірменого, можна умовно поділити на дві стадії:

1. Розробка стратегії ЗЕД (стратегічне планування).

2. Визначення тактики здійснення виробленої стратегії (оперативне чи тактичне планування).

Стратегія виробничого підприємства – це сукупність головної мети і основних способів досягнення накресленої мети. Інакше кажучи, розробка стратегії підприємства означає визначення загальних напрямків його розвитку. Розробка стратегії ЗЕД означає визначення основних напрямків діяльності фірми в міжнародній сфері, на світовому ринку. Важливо ще раз підкреслити, що стратегічні плани розвитку ЗЕД повинні бути інтегровані в загальну стратегію розвитку підприємства в цілому.

Стратегічне планування зазвичай розраховане на довгий період, хоч на багатьох підприємствах стратегія базується на середньотривалому плануванні (другий спосіб більш прийнятний для підприємств України, що працюють в умовах великої невизначеності). В галузі ЗЕД стратегічне планування може охоплювати період від 4 до 7 років.

Як уже відзначалося, не варто ототожнювати стратегічної довготривале планування.

Стратегічне планування – це не функція часу, а насамперед функція направленості. Вона не просто зосереджена на даному періоді часу, а нараховує в собі сукупність глобальних ідей розвитку підприємства, в тому числі в сфері ЗЕД.

Тактичне планування як правило охоплює короткочасний і середньотривалий періоди від 0.5 до 2 років (зазвичай рік).

Воно має справу з вирішенням того, як повинні бути розраховані ресурси підприємства для досягнення стратегічної мети.

Якщо головним питанням стратегічного планування являється питання: «Чого хоче досягти підприємство?», то тактичне планування спрямоване на вирішення іншого питання: «Як підприємство повинно досягти такого стану?».

Процес планування ЗЕД в свою чергу полягає з цілого ряду етапів (фаз). Проте ще до початку роботи над планами ЗЕД підприємству важливо володіти інформацією з таких питань:

- Що і коли експортувати (імпортувати)?
- В яких умовах належить здійснювати ЗЕД ?
- Які види і форми ЗЕД доцільно вибрати?
- Які ресурси має підприємство для здійснення ЗЕД?
- Якою повинна бути організаційна структура управління ЗЕД?
- Який результат очікується від ЗЕД (приблизний розмір прибутку, рентабельність, розміри розширення збуту, валютна виручка і т.д.)?

Процес планування може бути виражений такими етапами:

1-ий. Визначення місії і комплексу завдань. Складання «дерева завдань».

2-ий. Аналіз і оцінка внутрішнього і зовнішнього середовища. Інколи даний етап передуює етапу визначення завдань.

3-ій. Стратегічний аналіз. Фірма порівнює завдання і результати дослідження факторів внутрішнього й зовнішнього середовища, визначає розрив між ними, формує різноманітні варіанти стратегій.

4-ий. Порівняння і визначення одної з альтернативних стратегій, її розробка.

5-ий. Готується остаточний стратегічний план діяльності фірми в галузі ЗЕД.

6-ий. Середньотривале планування. Розроблення середньотривалих планів і програм.

7-ий. На основі стратегічного і середньотривалого планування розробляються річні оперативні плани і проекти.

8-ий. Контроль за виконанням рішень, втілених у планах. Цей етап не являється стадією безпосереднього процесу планування, проте він має важливе значення для планування і реалізації стратегії ЗЕД підприємства, тому що дає можливість більш раннього виявлення можливого розриву між плановими показниками і фактичним виконанням та внесення відповідних корективів в цей процес. В цілому процес планування являє собою нібито замкнутий цикл з прямим і зворотнім зв'язком.

Результатом процесу планування являється система планів, яку можна поділити на такі елементи:

1. Стратегічний план (чи генеральний план), який частіше всього складається на 5 років.

2. Загальнофірмовий план, основу якого складає «план розвитку», що містить в собі і розвиток ЗЕД.

3. Оперативні плани підприємства. Вони можуть містити в собі загальнофірмові плани поточної діяльності підприємства, а також поточні плани підрозділів.

Крім планів на підприємстві можуть розроблятися програми і проекти.

Можливі три типи стратегії розвитку підприємства в галузі ЗЕД:

1. Насиченість ринку. Мета даної стратегії полягає в забезпеченні економічного росту на освоєних ринках з традиційними товарами. Ця мета може бути досягнута за рахунок зниження стягнень (відповідно, і цін в порівнянні з конкурентами), підвищення якості товарів.

2. Диференціація продукту. Можливі два варіанти даної стратегії:

а) імпортується товар, відомий за кордоном, але не відомий у своїй країні, або налагоджується його виробництво на основі здобутої ліцензії;

б) експортується товар, освоєний у своїй країні, але не відомий на іноземному ринку, чи налагоджується виробництво даного товару за кордоном. Ефект досягається за рахунок монопольного становища даного підприємства в своїй країні чи за кордоном.

3. Диверсифікація виробництва. Дана стратегія передбачає початок виробництва за кордоном принципово нової продукції, раніше не властивої для підприємства. В результаті диверсифікації створюються кращі умови для господарського маневру, розширюються можливості впливу на економіку підприємства несприятливої світової господарської кон'юнктури, в тому числі погіршення «умов торгівлі». Цим самим скорочується ризик, характерний для вузькоспеціалізованих фірм.

Для розробки і вибору стратегічних рішень підприємства в галузі ЗЕД важливе значення має аналіз і планування свого господарського портфеля.

Останній являє собою набір видів продукції, яку випускає чи планує випускати підприємство в майбутньому. В залежності від видів продукції портфель підприємства ділиться на частини, які називаються стратегічними господарськими підрозділами (СГП).

В міжнародній практиці виділяють 4 види СГП:

- «Знак питання»,
- «Зірка»,
- «Дійні корови»,
- «Собаки».

Якщо продукт знаходиться в сегменті «Знак питання», то для нього характерні високі темпи росту збуту і відносно низька частка ринку. Для сегменту товарів «Зірка» характерні високі темпи росту збуту і велика частка ринку. Ці товари вважаються лідерами. «Дійні корови» характеризуються невисокими темпами росту збуту і високою часткою ринку. Для «Собак» характерні низькі темпи росту збуту і невелика частка ринку.

Всі види СГП взаємопов'язані між собою і в цьому взаємозв'язку впливають один на одного і на розвиток підприємства в цілому. Тому, плануючи свій господарський портфель, підприємство повинно постійно тримати в полі зору становище кожного свого СГП на ринку і забезпечувати оптимальне співвідношення між ними в портфелі. Довготривале відхилення від оптимальної збалансованості в портфелі може привести до кризового стану підприємства.

Важливими показниками планування ЗЕД на підприємстві являються: валютна виручка з розподілом на товари і товарні групи; експортна виручка; рентабельність експортних та імпорتنих операцій; асортимент експортної та імпоротної продукції; доля експорту у вартості продукції.

2.2 Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Організація ЗЕД – дуже складна і клопітка робота. Вона вимагає уважного опрацювання таких питань як кон'юнктура ринку, потенціальні покупці і продавці, встановлення ділових контактів з ними, проведених переговорів, підписання угод і т.д. Тому, для ефективного керівництва ЗЕД на рівні підприємства, необхідна адекватна до умов його роботи структура управління.

Слово «структура» означає каркас, основу. Будь-яке підприємство має відповідний каркас, що пов'язує всі його підрозділи, служби, органи.

Розрізняють:

- організаційно-виробничу структуру;
- структуру управління;
- організаційну структуру підприємства.

На будь-якому підприємстві є системи, які управляють і якими управляють. До першої відносяться органи, служби, апарат управління. До іншої - виробничі підрозділи (цех, ділянки, відділи).

Організаційно-виробнича структура відображає побудову системи, якою управляють, структура управління – системи, яка управляє, а організаційна структура підприємства – побудову і взаємозв'язок даних систем. Таким чином, структура управління ЗЕД відображає побудову системи управління в даній сфері, тобто органи, служби, апарат, що здійснює управління ЗЕД.

Апарат управління будується з урахуванням необхідного оновлення ланок (по горизонталі) і ступенів чи рівнів управління (по вертикалі).

Ланка управління – це структурний підрозділ чи окремі спеціалісти, що виконують відповідні функції управління.

Організаційна структура управління ЗЕД як складова частина внутріфірмового управління визначається, насамперед, загальною стратегією підприємства, а також стратегією ЗЕД як її складової.

Ланки ланцюга «середовище – стратегія – структура» взаємопов'язані і взаємозумовлені. Якщо вони не відповідають одне одному, то під загрозу ставиться саме існування фірми.

Організаційна структура управління ЗЕД визначається тією метою і завданнями, які вона покликана вирішувати, її мета - максимізація прибутку на довготривалий період за рахунок ефективної участі в міжнародному підприємстві.

Організаційна структура управління ЗЕД, як і внутріфірмового управління, повинна постійно розвиватися і вдосконалюватися, пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі і сфері управління. Її форми і методи не можуть залишатися незмінними.

Перед підприємствами – суб'єктами ЗЕД завжди стоять два важливих питання:

1. Як сформувати найбільш сприйнятливую і ефективну оргструктуру з управління?

2. Як керувати нею, щоб досягти поставленої мети?

На формування організаційної структури управління ЗЕД значний вплив здійснюють такі фактори:

- розмір фірми;
- значення і характер зарубіжної діяльності;
- ступінь диверсифікації і складність продукції, що випускається;
- характер експортної і виробленої на іноземних підприємствах продукції;
- специфіка ринків приймаючих країн і рівень конкуренції на них та ін.

Організаційні форми управління ЗЕД на виробничих підприємствах в Україні багато в чому індивідуалізовані. Разом з тим можна виділити деякі загальні риси.

На виробничих підприємствах, що приймають активну участь у зовнішньоекономічній діяльності, зовнішньоекономічний апарат в даний час існує в основному в двох формах:

1. Відділу зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ) в рамках діючого апарату управління.

2. Зовнішньоторгової фірми (ЗТФ).

Відділ зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ) не являється самостійним структурним підрозділом підприємства. Він є частиною апарату управління. Його головне завдання полягає в управлінні ЗЕД як елементом єдиної цілісної системи внутріфірмового управління.

Цей відділ не займається безпосередньо транспортуванням вантажів, митними процедурами і т.д. Створюється, як правило, для планування, організації і координації ЗЕД (хоч на практиці зустрічаються й інші варіанти).

Головними завданнями ВЗЕЗ підприємства можуть бути:

1. Участь в розробці стратегії ЗЕД підприємства.

2. Сприяння розвитку ЗЕД підприємства з метою прискорення його соціально-економічного розвитку.

3. Управління експортним потенціалом підприємства, постійне його зміцнення й розвиток.

4. Забезпечення виконання зобов'язань, що випливають з договорів та угод із зарубіжними партнерами.

5. Вивчення кон'єктури іноземних ринків, збір і накопичення відповідної інформації.

6. Організація експортно-імпортних операцій, забезпечення їх ефективності.

7. Здійснення рекламної діяльності.

8. Організація протокольних заходів та ін.

Відповідно до завдань визначаються функції ВЗЕЗ і формується оргструктура управління. ВЗЕЗ зазвичай очолює начальник відділу. Відділ складається із ланок (груп, секторів, бюро і спеціалістів).

Оргструктура управління ВЗЕЗ підприємства схематично може бути представлена таким чином:

Кожен із секторів (груп) має свої конкретні завдання і виконує відповідні функції. Наприклад, комерційний сектор повинен забезпечувати: виконання зобов'язань по міжнародних контрактах і угодах, участь у підготовці і проведенні комерційних переговорів; організацію поставок згідно контракту і контроль за їх виконанням; перегляд-рекламацій по експорту й імпорту та ін.

Екологічний сектор покликаний забезпечувати прогнозування і планування ЗЕД підприємства; аналіз ефективності експортно-імпортних операцій; контроль за виконанням плану: валютний контроль і т.д.

Сектор маркетингу як провідна служба підприємства вивчає кон'юнктуру світових товарних ринків, приймає участь у визначенні цін на експортну продукцію, в розробці й здійсненні рекламних заходів, аналізі конкурентів, можливостей руху товару і т. ін.

Завдання науково-технічного сектору: вивчати діючі на світовому ринку технічні вимоги до товару; аналізувати технічний рівень та якість продукції, її конкурентоздатність; брати участь в розробці пропозиції по оновленню виробництва, випуску нової продукції: забезпечувати технічне обслуговування експортної продукції та ін.

Протокольний сектор готує і організовує протокольні заходи, виконує доручення керівництва фірми по зустрічах, прийому і проводах представників закордонних фірм, які прибули на підприємство з візитом.

Організаційні принципи побудови управління ЗТФ залежить від її завдань і функцій, зображених в уставі підприємства.

Основними завданнями ЗТФ, як правило, являються:

1. Планування, організація і регулювання зовнішньоторгових угод.
2. Збільшення об'єму експорту і вдосконалення його структури.
3. Підвищення ефективності імпортних закупок у відповідності до стратегії підприємства.
4. Підвищення конкурентоздатності продукції за кордоном, сприяння покращенню її якості.
5. Вивчення кон'єктури товарних світових ринків і виявлення критеріїв та вимог, які ставляться до конкурентоздатності товарів.
6. Вивчення діяльності конкурентів, їх сильних і слабких сторін.
7. Організація після продажного обслуговування за кордоном.
8. Вироблення рекламних заходів з метою розширення експорту.
9. Забезпечення правового захисту зовнішньоекономічних інтересів підприємства.
10. Участь разом з іншими підрозділами в організації транспортування і збереження продукції.
11. Участь в купівлі-продажу патентів і ліцензій, «ноу-хау».
12. Участь в здійсненні протокольних заходів і т. д.

Вирішення цих та інших завдань, що стоять перед ЗТФ, визначає її функції і організаційну структуру управління.

Директор ЗТФ, як правило, підлягає директору підприємства чи його заступнику по зовнішньоекономічних зв'язках.

Основними функціональними підрозділами ЗТФ являються маркетингова і оперативно-комерційна служба. Також створюються служби, що забезпечують обслуговування ЗЕД фірми: планово-економічних розрахунків, валютно-фінансових операцій, обліку і звітності, юридичних та інженерно-технічних питань.

Кожна із даних служб виконує відповідні функції. В компетенцію маркетингової служби входять:

- участь фірми в розробці стратегії і планів ЗЕД підприємства;
- вивчення ринків збуту і можливостей виходу на них;
- забезпечення реклами і руху товару;
- підготовка конкурентних матеріалів і конкурентного листа, необхідних для формування базисних умов контракту;
- прогнозування кон'юктури товарних ринків і динаміки цін;
- аналіз ефективності експортно-імпортних операцій і окремих угод;
- збирання, накопичення і обробка необхідної інформації;
- методичне забезпечення роботи по вивченню зовнішніх ринків і вимог до якості продукції;
- забезпечення участі фірми у виставках, ярмарках, аукціонах, торгах та ін.

Функціями оперативно-комерційної служби є:

- проведення переговорів з іноземними фірмами;
- підготовка комерційних розрахунків по базисних і валютно-фінансових умовах контракту;
- організація поставок (перевезення, страхування зовнішньоторгових вантажів) відповідно до контракту і контроль за їх виконанням;
- забезпечення технічного і гарантійного обслуговування експортної та імпортної продукції;
- перегляд реклаमाцій по експорту й імпорту;
- ведення комерційної переписки з іноземними фірмами та ін.

В міру розвитку ЗТФ виконання технічних і підготовчих операцій, які здійснюють комерційні й допоміжні підрозділи, може бути централізоване шляхом створення спеціалізованих служб, наприклад, копіювально-розмножувального бюро, бюро переказів, відділу автоматизованої обробки даних, групи комерційних розрахунків та ін.

Чи варто створювати ЗТФ в складі підприємства-суб'єкта ЗЕД?

Для того, щоб відповісти на це питання, треба порівняти затрати підприємства при відсутності власної такої фірми і витрати на її утримання. При цьому треба мати на увазі, що ефект діяльності ЗТФ буде видно тільки після 1-2 років її роботи.



Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте основні види планування ЗЕД підприємства.
2. Визначте основні цілі і задачі стратегічного планування ЗЕД підприємства.
3. Визначте основні цілі і задачі тактичного планування ЗЕД.
4. Охарактеризуйте основні принципи побудови організаційної структури ЗЕД підприємства.
5. Визначте основні структурні підрозділи ВЗЕЗ підприємства.
6. Назвіть основні функції, які виконує ЗТФ.

Тема 3 Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності

- 3.1 Система митного регулювання.
- 3.2 Митний режим. Види митних режимів.
- 3.3 Мито. Система митних платежів в Україні.
- 3.4 Митна вартість. Методи розрахунку митної вартості.

3.1 Система митного регулювання

Виконання митними органами фіскальних функцій потребує розвитку системи митного оподаткування, яка передбачала б наявність розгалуженої мережі митних платежів.

Під митними платежами потрібно розуміти ті види податків та зборів, які нараховуються у встановленому порядку при переміщенні через митний кордон країни товарів та інших предметів під контролем митних служб.

Митний тариф України – відповідно до Закону України «Про митний тариф України» – це систематизований згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності *перелік ставок ввізного мита*, яке справляється з товарів, що ввозяться на митну територію України. В основу товарної класифікаційної схеми Митного тарифу України (товарна номенклатура) покладено Українську класифікацію товарів зовнішньоекономічної діяльності, яка базується на *Гармонізованій системі опису та кодування товарів*.

Встановлення нових та зміна діючих ставок ввізного мита, визначених Митним тарифом України, відповідно Податкового Кодексу України, здійснюється Верховною Радою через прийняття законів України з урахуванням висновків Кабінету Міністрів.

Побудова митного тарифу у своїй основі містить відповідну товарну номенклатуру або класифікацію товарів, щодо яких законодавством передбачене митне обкладення.

Митні інтереси України – це національні інтереси України, забезпечення та реалізація яких досягається шляхом здійснення державної митної справи.

Державним органом, який здійснює митний контроль, є Державна митна служба України. Встановлені порядок і умови переміщення товарів через митний кордон України, їх митний контроль та митне оформлення, застосування механізмів тарифного і нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, справляння митних платежів, ведення митної статистики, обмін митною інформацією, ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, здійснення відповідно до закону державного контролю нехарчової продукції при її ввезенні на митну територію України, запобігання та протидія контрабанді, боротьба з порушеннями митних правил, організація і забезпечення діяльності митних органів та інші заходи, спрямовані на реалізацію державної політики у сфері державної митної справи, становлять державну митну справу.

Порядок руху товарів та інших предметів через митну територію держави регулює Митний кодекс України.

Митний контроль здійснюється посадовими особами митниці шляхом перевірки необхідних документів митного огляду транспортних засобів, товарів, особистого огляду, переогляду, обліку предметів, які перетинають митний кордон, а також в інших формах.

Територія України, зайнята сушею, територіальне море, внутрішні води і повітряний простір, а також території вільних митних зон, штучні острови, установки і споруди, створені у виключній (морській) економічній зоні України, на які поширюється виключна юрисдикція України, становлять митну територію України.

Організаційні процедури постановки суб'єктів ЗЕД на облік у митних органах визначаються наказами митниць, які ведуть цей облік. У практиці роботи митних органів сформувалися такі процедури:

якщо суб'єкт господарювання має намір здійснювати експортно-імпортні операції, для постановки на митний облік його посадова особа самостійно або за допомогою митного брокера (митного посередника), з яким укладено відповідний договір на обслуговування, має подати до митниці за місцем знаходження (реєстрації) такого суб'єкта два заповнені примірники оригіналів «Облікової картки суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності» та одну електронну копію цієї картки у відповідному форматі. До цих карток мають бути долучені оригінали і завірені печаткою юридичної особи чи фізичної особи - суб'єкта підприємницької діяльності копії визначених законодавством документів (Постанова Кабінету Міністрів України «Про перелік документів, необхідних для здійснення митного контролю та митного оформлення товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України» від 01.02.2006 р. № 80).

Документом, який концентрує дані про товар, транспортний засіб, мету руху через митний кордон, є *вантажна митна декларація (ВМД)*, порядок надання, оформлення і використання якої регламентовано Постановою Кабінету Міністрів України «Питання, пов'язані із застосуванням митних декларацій» від 21.05.2012 р. № 450 з доповненням і змінами.

Митне оформлення – сукупність дій, пов'язаних з пропуском в Україну чи за її межі товарів, переміщуваних через митний кордон України. Митне оформлення проводиться шляхом здійснення відповідних митних процедур.

Митні процедури – здійснення контролю за дотриманням порядку переміщення товарів, їх огляд, оформлення документів, накладення митного забезпечення, перевірка правильності заповнення вантажної митної декларації, нарахування сум, що підлягають сплаті, підготовка статистичних даних та інші дії, що виконуються митними органами України відповідно до законодавства України в галузі митної справи.

Прийняття ВМД до оформлення – процедура попередньої перевірки відомостей, зазначених у ВМД, на відповідність вимогам, які визначені у нормативних актах з митних питань та поданих у комерційних документах.

Повне оформлення ВМД – проставлення на всіх її аркушах особистої номерної печатки інспектора митниці.

Митний контроль може доповнюватися ветеринарним, фітосанітарним і екологічним (зокрема радіологічним і хімічним) контролем.

3.2 Митний режим. Види митних режимів

З метою розвитку національного виробництва товарів і послуг митне законодавство встановлює різні умови переміщення через митний кордон товарів і предметів, які реалізуються через застосування визначених митних режимів.

Митний режим – це сукупність положень, які визначають статус товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон для митних цілей.

Митні режими виконують такі функції:

- встановлюють порядок переміщення товару через митний кордон залежно від призначення товару;
- визначають умови перебування його на/поза митною територією;
- встановлюють рамки, в яких може використовуватися товар;
- регламентують права та обов'язки особи, що переміщує товари;
- визначають вимоги до товару, що розміщується у даний конкретний режим. Митний кодекс містить загальний перелік видів митних режимів товарів і транспортних засобів.

Митним Кодексом України передбачені наступні митні режими:

Імпорт (випуск для вільного обігу) – митний режим, відповідно до якого іноземні товари після сплати всіх митних платежів, встановлених законами України на імпорту цих товарів, та виконання усіх необхідних митних формальностей випускаються для вільного обігу на митній території України.

Реімпорту – митний режим, відповідно до якого товари, що були вивезені або оформлені для вивезення за межі митної території України, випускаються у вільний обіг на митній території України зі звільненням від сплати митних платежів, встановлених законами України на імпорту цих товарів, та без

застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Експорт (остаточне вивезення) – митний режим, відповідно до якого українські товари випускаються для вільного обігу за межами митної території України без зобов'язань щодо їх зворотного ввезення.

Реекспорт – митний режим, відповідно до якого товари, що були раніше ввезені на митну територію України або на територію вільної митної зони, вивозяться за межі митної території України без сплати вивізного мита та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Транзит – митний режим, відповідно до якого товари та/або транспортні засоби комерційного призначення переміщуються під митним контролем між двома митними органами України або в межах зони діяльності одного митного органу без будь-якого використання цих товарів, без сплати митних платежів та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Тимчасове ввезення – митний режим, відповідно до якого іноземні товари, транспортні засоби комерційного призначення ввозяться для конкретних цілей на митну територію України з умовним повним або частковим звільненням від оподаткування митними платежами та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності і підлягають реекспорту до завершення встановленого строку без будь-яких змін, за винятком звичайного зносу в результаті їх використання.

Тимчасове вивезення – митний режим, відповідно до якого українські товари або транспортні засоби комерційного призначення вивозяться за межі митної території України з умовним повним звільненням від оподаткування митними платежами та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності і підлягають реімпорту до завершення встановленого строку без будь-яких змін, за винятком звичайного зносу в результаті їх використання.

Митний склад – митний режим, відповідно до якого іноземні або українські товари зберігаються під митним контролем із умовним повним звільненням від оподаткування митними платежами та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Вільна митна зона – митний режим, відповідно до якого іноземні товари ввозяться на територію вільної митної зони та вивозяться з цієї території за межі митної території України із звільненням від оподаткування митними платежами та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, а українські товари ввозяться на територію вільної митної зони із оподаткуванням митними платежами та застосуванням заходів нетарифного регулювання.

Безмитна торгівля – митний режим, відповідно до якого товари, не призначені для вільного обігу на митній території України, знаходяться та реалізуються для вивезення за межі митної території України під митним контролем у пунктах пропуску через державний кордон України, відкритих для

міжнародного сполучення, та на повітряних і водних транспортних засобах комерційного призначення, що виконують міжнародні рейси, з умовним звільненням від оподаткування митними платежами, установленими на імпорту та експорт таких товарів, та без застосування до них заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Переробка на митній території – митний режим, відповідно до якого іноземні товари піддаються у встановленому законодавством порядку переробці без застосування до них заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, за умови подальшого реекспорту продуктів переробки.

Переробка за межами митної території – митний режим, відповідно до якого українські товари піддаються у встановленому законодавством порядку переробці за межами митної території України без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, за умови повернення цих товарів або продуктів їх переробки на митну територію України у митному режимі імпорту.

Знищення або руйнування – митний режим, відповідно до якого іноземні товари під митним контролем знищуються або приводяться у стан, який виключає можливість їх використання, з умовним повним звільненням від оподаткування митними платежами, установленими на імпорту цих товарів, та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Відмова на користь держави – митний режим, відповідно до якого власник відмовляється від іноземних товарів на користь держави без будь-яких умов на свою користь.

3.3 Система митних платежів в Україні

Мито – обов'язковий внесок, який збирається митними державними органами при імпорту, експорті чи транзиті, що сприяє підвищенню стартової ціни.

Мито виконує три функції:

- фіскальну як стаття доходів державного бюджету;
- протекціоністську (захисну) для захисту національних виробників і стримування імпорту;
- балансувальну для недопущення небажаного експорту товарів, якщо внутрішні ціни нижче світових.

Види митних платежів, порядок їх нарахування і сплати, випадки надання митних і тарифних пільг та ін., пов'язані з даними питаннями, регламентуються значною частиною законодавчих актів, головними серед яких є: Митний кодекс України, Податковий Кодекс України, Закон України «Про Єдиний митний тариф», тощо.

Існує ціла низка класифікацій мита, що застосовують різні ознаки або критерії:

- за способом стягнення: адвалорне, специфічне, комбіноване;

- за правовим режимом: преференційне, загальне (повне), пільгове;
- за об'єктом обкладання: ввізне, вивізне, транзитне;
- за режимом встановлення та дії: постійне і тимчасове (сезонне, особливі види мита).

На окремі товари законом може встановлюватися сезонне мито на строк не менше 60 та не більше 120 послідовних календарних днів з дня встановлення сезонного мита.

Спеціальне мито встановлюється відповідно до Закону України «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну».

Антидемпінгове мито встановлюється відповідно до Закону України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» у разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом демпінгу, що заподіює шкоду або створює загрозу заподіяння шкоди національному товаровиробнику.

Платниками мита (згідно Митного Кодексу України) є:

1) особа, яка ввозить товари на митну територію України чи вивозить товари з митної території України у порядку та на умовах, встановлених цим Кодексом;

2) особа, на адресу якої надходять товари, що переміщуються (пересилаються) у міжнародних поштових або експрес-відправленнях, несупроводжуваному багажі, вантажних відправленнях;

3) особа, на яку покладається обов'язок дотримання вимог митних режимів, які передбачають звільнення від оподаткування митом, у разі порушення таких вимог;

4) особа, яка використовує товари, митне оформлення яких було здійснено з умовним звільненням від оподаткування, не за цільовим призначенням та/або всупереч умовам чи цілям такого звільнення згідно з цим Кодексом, іншими законами України, а також будь-які інші особи, які безпідставно використовують звільнення від оподаткування митом (податкову пільгу);

5) особа, яка реалізує або передає у володіння, користування чи розпорядження товари, що були випущені у вільний обіг на митній території України із звільненням від оподаткування митними платежами, до закінчення строку, визначеного законом;

6) особа, яка реалізує товари, транспортні засоби відповідно до статті 243 цього Кодексу.

Крім сплати мита обов'язковим платежем при переміщенні вантажів через митний кордон є митні збори.

Митні збори - це вид митних платежів, що справляються за здійснення на користь платника певних дій з боку митних органів при здійсненні митного оформлення товарів та інших предметів.

Митні збори доцільно класифікувати за двома ознаками: залежно від функцій, що виконують митні органи, та від операцій, що здійснюють платники.

За першою ознакою митні збори можна поділити на два види:

- митні збори за виконання покладених на митницю обов'язків;
- митні збори за надання послуг у сфері митно-тарифних відносин.

До митних зборів, які класифікуються за першою ознакою, можна віднести такі види митних платежів:

- за перебування товарів та інших предметів під митним контролем; за митне оформлення транспортного засобу індивідуального користування, якщо цей засіб використовується для перевезення товарів та інших предметів в обсягах, що підлягають обкладенню митом; за видачу посвідчень на право реєстрації (перереєстрації) ввезених до України громадянами транспортних засобів;

- за зберігання товарів та інших предметів на складах митниць; за зберігання товарів та інших предметів, що підлягають обов'язковій передачі митниці;

- за митне оформлення товарів та інших предметів;

- за митне оформлення тимчасово ввезеного (вивезеного) майна під зобов'язання про його зворотне вивезення (ввезення);

- за митне оформлення товарів у разі транзиту;

- за митне оформлення товарів у разі ввезення на митний ліцензійний склад;

- за видачу підприємству свідоцтва про визнання його декларантом; за подовження терміну дії (перереєстрації) свідоцтва про визнання його декларантом;

- за супроводження підакцизних товарів.

До митних зборів, які нараховуються за вантажною митною декларацією, можна віднести митні платежі за:

- митне оформлення товарів;

- митне оформлення тимчасово ввезеного (вивезеного) майна;

- митне оформлення у разі транзиту іноземних товарів;

- митне оформлення у разі ввезення на митний ліцензійний склад;

- митне оформлення товарів та інших предметів у зонах митного контролю на територіях і в приміщеннях підприємств.

Граничний строк перебування товарів, транспортних засобів комерційного призначення у пунктах пропуску через державний кордон України не може перевищувати 30 днів, а для автомобільного транспорту - п'ять днів з моменту прибуття у пункт пропуску через державний кордон України для здійснення митних процедур.

Митні платежі нараховуються декларантом або іншими особами, на яких покладено обов'язок із сплати митних платежів, самотійно, крім випадків, Митного Кодексу України, Податкового кодексу України та інших законів України покладається на органи доходів і зборів.

Суми митних платежів, нараховані органом доходів і зборів, підлягають сплаті до державного бюджету платником податків безпосередньо на єдиний казначейський рахунок.

Суми митних платежів сплачуються в готівковій формі через касу органу доходів і зборів чи фінансової установи або у безготівковій формі через фінансову установу, крім випадків, передбачених цим Кодексом та законами України.

Обкладання зовнішньоторговельних вантажів митом (адвалорним) здійснюється відповідно до угоди з застосування статті VII Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ) – так званого Кодексу митної вартості.

Основні правила класифікації, яких налічується шість, а також примітки до розділів, груп та подекуди субпозицій, вважаються невід'ємною частиною ТН ЗЕД та надають можливість однозначно згрупувати товари і визначити обсяги кожної з груп.

Система кодування товарів у ТН ЗЕД слугує для зручності передачі та подальшої обробки інформації на обчислювальних машинах. Товари кодуються 9-значним кодом ТН ЗЕД: перші дві цифри означають товарну групу, перші чотири – товарну позицію, перші шість – код товару згідно із Гармонізованою системою опису та кодування товарів (ГС), усі дев'ять цифр – товарну субпозицію товару. Розряди 1 – 6 відповідають групуванню товарів відповідно до ГС, розряди 7 – 8 – коду товару відповідно до кодифікації товарів Європейської співдружності, 9-й розряд використовується національними класифікаторами товарів.

3.4 Митна вартість товарів у ЗЕД

Під *митною вартістю товару* розуміється специфічна величина, що визначається у встановленому законодавством порядку і використовується з метою митного обкладання.

Визначення митної вартості товару *за ціною угоди (метод 1)*.

Даний метод є основним при визначенні митної вартості і відповідає суті етапі VII Угоди ГАТТ, у преамбулі якої підкреслюється, що «основою оцінки товарів для митних цілей повинна бути ціна угоди з оцінюваними товарами».

На практиці це означає, що при проведенні оцінки товарів необхідно максимально можливо використовувати цей метод. Коли остаточно встановлено, що ціна угоди відсутня чи не може бути визначена або не може використовуватися для визначення митної вартості, слід переходити до інших методів оцінки.

Оснoву даного методу становить «ціна угоди». Під ціною угоди розуміється ціна, фактично сплачена, або така, що підлягає сплаті при продажу товарів на експорт у країну імпорту, скоригована з урахуванням встановлених додаткових нарахувань до ціни.

Митна вартість (МВ) може бути розрахована за формулою:

$$МВ = ФВ + ВД + ВП + ЛІП + ЧП, \quad (3.1)$$

де ФВ - фактурна вартість;

ВД – витрати на навантаження, розвантаження, перевантаження і страхування до пункту перетину митного кордону України;

ВП – витрати, додатково понесені покупцем;

ЛПП – ліцензійні та інші платежі за використання об'єктів інтелектуальної власності, які покупець повинен здійснити як умову експорту товару, що оцінюється;

ЧП – частина прибутку від будь-якого подальшого перепродажу чи використання товару на території України, яка прямо чи непрямо накопичується у продавця.

Визначення митної вартості за ціною угоди з ідентичними та подібними товарами (методи 2 і 3)

У митній практиці можуть зустрічатися *випадки, коли неможливо визначити вартість угоди*. Наприклад, це ситуації, коли:

а) ввезені товари не є предметом продажу;

б) продаж товарів пов'язаний з обмеженнями, що стосуються користування або розпорядження ввезеними товарами;

в) продаж супроводжувався визначеними умовами, внаслідок чого реальна вартість товарів не може бути визначена або відсутня необхідна інформація для розрахунку відповідних поправок до ціни і здійснення її коригувань;

г) продаж здійснено між взаємозалежними сторонами і при цьому:

- залежність сторін вплинула на розмір ціни, і цей факт не може бути спростований;

- ціна товарів значно відрізняється від перевіркової (орієнтованої) вартості або відсутня перевірена вартість для цілей порівняння.

В усіх цих випадках митна вартість не може бути *визначена за методом 1*.

Суть методу 2 полягає в тому, що митна вартість оцінюваних (ввезених) товарів визначається шляхом використання як вихідної бази для її розрахунку ціни угоди з *ідентичними товарами*, митна вартість яких була визначена за методом 1 і прийнята митними органами.

Під ідентичними розуміються товари, однакові в усіх відношеннях з оцінюваними товарами, у тому числі за такими ознаками:

а) фізичні характеристики;

б) якість;

в) репутація на ринку;

г) країна походження;

д) виробник.

Якщо виявиться, що вартість товару не може бути визначена за методом 2, то слід переходити до іншої альтернативної бази оцінки – ціни угоди з однорідними товарами, тобто використовувати *метод 3 – оцінку за ціною угоди з подібними товарами*.

Під подібними розуміються товари, які, хоча і не є однаковими в усіх відношеннях, але мають подібні характеристики і складаються зі схожих компонентів, що дозволяє їм виконувати такі ж функції, що й оцінювані товари, бути комерційно взаємозамінними.

При визначенні однорідності товару обов'язково мають бути враховані такі ознаки:

- якість, наявність товарного знаку і репутація товарів на ринку;
- країна походження;
- виробник.

Визначення митної вартості на основі віднімання вартості (метод 4).

У тих випадках, коли неможливо використовувати наявні ціни угод або відсутня угода з ідентичними або подібними товарами, слід переходити до інших альтернативних методів оцінки.

При цьому стосовно методу 4 (метод на основі розрахунку вартості) і методу 5 (метод на основі додавання вартості) *дозволяється зміна послідовності їх застосування: після методу 3, за бажанням декларанта, може бути використаний як метод 4, так і метод 5.* Це зумовлено тим, що ці методи можуть викликати дуже істотні складності при їх практичному використанні. Дане положення відповідає і міжнародним нормам, закріпленим Угодою із застосування ст. VII ГАТТ «Оцінка товарів для митних цілей».

Митна оцінка за методом 4 базується на ціні, за якою ввезені (оцінювані), ідентичні або подібні товари були продані найбільшою агрегованою партією на території України у незмінному стані, не пізніше 90 днів з дати ввезення оцінюваних товарів, а учасник угоди не є взаємозалежною з продавцем особою.

Таким чином, для використання ціни продажу на внутрішньому ринку оцінюваних, ідентичних або подібних товарів як основи для визначення митної вартості *цей продаж повинен відповідати таким умовам:*

- а) товари мають бути продані в країні в незмінному стані;
- б) ввезені (оцінювані), ідентичні або подібні товари повинні продаватися приблизно одночасно з ввезенням оцінюваних товарів (різниця до 90 днів);
- в) у разі відсутності випадків продажу ввезених (оцінюваних), ідентичних або подібних товарів у такому ж стані, в якому вони перебували на момент ввезення, покупець може, при дотриманні установлених вимог, використовувати *ціну одиниці товару, що пройшла переробку, з проведенням відповідного коригування на вартість, додану в процесі переробки.* Покупцеві при цьому буде потрібно підтвердити (обґрунтувати) митному органу слушність зробленого коригування. Основу розрахунків мають становити прийняті формули і методи визначення вартості робіт з переробки товарів у відповідних галузях виробництва;
- г) покупець не повинен прямо або побічно поставляти продавцю безплатно чи за зниженою ціною товари або послуги, використані для виробництва і продажу для ввезення в країну імпортованих товарів;
- д) перший покупець завезених товарів на внутрішньому ринку не повинен бути пов'язаний з продавцем (імпортером оцінюваних, ідентичних або подібних товарів).

Митна вартість на основі «віднімання» (МВ) визначається за формулою:

$$MB = CI - (BK + HPI + BPI + CMI + VD), \quad (3.2)$$

де *CI*— ціна одиниці товару;

BK— витрати на комісійні винагороди;

HPI - звичайні надбавки на прибуток;

BPI - загальні витрати у зв'язку з продажем на митній території України товарів того ж класу;

CMI - сума митних платежів, що підлягає сплаті в Україні у зв'язку з ввезенням товару;

VD - витрати на навантаження, розвантаження, транспортування і страхування, понесені в Україні.

Одним з центральних питань даного методу оцінки є вибір ціни, за якою найбільша агрегована (сукупна) кількість товару була продана після ввезення в країну покупцем першого комерційного рівня, не пов'язаним з продавцем (імпортером).

Для визначення найбільшої агрегованої кількості аналізуються всі продажі товару за даною ціною. Найбільша загальна кількість одиниць товару, проданих за однією ціною, і буде найбільшою агрегованою кількістю одиниць товару.

Якщо відсутні випадки продажу оцінюваних, ідентичних або подібних товарів у незмінному стані, на прохання декларанта може використовуватися ціна одиниці товару, що піддався обробці. При цьому визначення одиначної ціни товару, що був підданий обробці, здійснюється з урахуванням вимог, розглянутих вище. Проте в даному випадку, крім витрат, перелічених вище, з ціни оброблених товарів необхідно відняти вартість обробки після ввезення. Ці відрахування мають базуватися на об'єктивних даних, що піддаються кількісній оцінці, відносно вартості цієї обробки (враховуючи формули і методи розрахунків, що застосовуються у практиці різних галузей).

Метод 4 не може бути використаний до товарів, що піддалися обробці у таких випадках:

1) якщо в результаті опрацювання після ввезення товари втрачають свої властивості;

2) якщо завезений товар після опрацювання не втратив своїх якостей, але складає дуже незначну частину кінцевого продукту.

В основі методу 4 лежить вибір ціни, за якою ввезені товари продаються в Україні. Проте використання в рамках методу 4 цін продажу в Україні тільки оцінюваних товарів істотно обмежило б рамки застосування цього методу, оскільки як міжнародні норми, так і вітчизняне законодавство передбачають можливість використання в рамках даного методу цін продажів на ринку України ідентичних або подібних товарів.

Визначення митної вартості на основі додавання вартості (метод 5).

У разі неможливості визначення митної вартості на основі методів 1, 2, 3, 4 альтернативною базою визначення митної вартості буде вартість товару, отримана розрахунковим шляхом на основі методу додавання вартості (метод 5).

Митна вартість на основі додавання (МВ) визначається за формулою:

$$MB = BV + VD + NP + VP + LPP + CP, \quad (3.3)$$

де *BV* – вартість матеріалів і витрат, понесених виробником у зв'язку з виробництвом оцінюваних товарів;

VD - витрати на навантаження, розвантаження, транспортування і страхування, понесені в Україні;

NP - прибуток, що отримує експортер;

VP - витрати, понесені покупцем;

LPP - ліцензійні та інші платежі за використання об'єктів інтелектуальної власності, які покупець повинен здійснити як умову експорту товару, що оцінюється;

CP - відповідна частина прибутку від подальшого перепродажу товарів, що накопичується у продавця.

Визначення митної вартості резервним методом (метод б).

Існують ситуації, коли жоден з розглянутих вище варіантів оцінки товарів, відповідно до встановлених вимог, не може бути використаний як вихідна база для визначення митної вартості, зокрема:

- здійснюється імпорт товарів на тимчасовій основі;
- має місце договір оренди або наймання;
- здійснюється реімпорт товарів після ремонту або модифікації;
- відбувається постачання унікальної продукції, творів мистецтва;
- ідентичні або подібні товари не ввозяться;
- товари не перепродаються в країні-імпортері;
- виробник невідомий, відмовляється надати дані про витрати виробництва, або подані ним відомості не можуть бути прийняті митним органом.

Митно-тарифні пільги можна визначити як вилучення із загального порядку обкладення митом у вигляді звільнення від сплати мита, повернення сплаченого мита або зниження ставок мита. Основні положення пільгового обкладення митом регулюються відповідними статтями розд. 3 «Звільнення від сплати мита, тарифні пільги та преференції» Закону України «Про Єдиний митний тариф».



Питання для самоконтролю

1. Дайте визначення митного тарифу, мита та митного збору?
2. Охарактеризуйте основні функції мита.
3. Які економічні функції виконує мито?
4. Які види мита можна виділити за об'єктом стягнення?
5. Які види мита можна виокремити залежно від розміру митних ставок?
6. У чому полягає сутність митного тарифу?
7. Який державний орган здійснює митний контроль в Україні?
8. Які митні платежі підлягають сплаті на митниці?
9. Для чого використовується вантажна митна декларація?

Тема 4 Нетарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності

4.1 Заходи нетарифного регулювання. Якісні заходи нетарифного регулювання.

4.2 Сертифікація і види сертифікатів, що застосовуються у ЗЕД. Санітарно-гігієнічний, фітосанітарний, ветеринарний контроль.

4.3 Кількісні заходи нетарифного регулювання.

4.1 Заходи нетарифного регулювання. Якісні заходи нетарифного регулювання

Відповідно до законодавства України заходи регулювання зовнішньоекономічної діяльності поділяються на тарифні та нетарифні. Тільки гармонійне поєднання вказаних заходів забезпечує належний рівень регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Заходи нетарифного регулювання можна класифікувати на якісні та кількісні.

Усього налічується понад 100 позицій, за якими в міжнародній практиці класифікуються нетарифні обмеження. Згідно з класифікацією, розробленою Секретаріатом ГАТТ, до нетарифного регулювання належать :

1. *Специфічні обмеження зовнішньої торгівлі* (ембарго, кількісні обмеження імпорту, двосторонні дискримінаційні обмеження імпорту, обмеження експорту, встановлення мінімальних цін, ліцензування).
2. *Антидемпінгові заходи* (антидемпінгове мито, компенсаційне мито).
3. *Особливості митних та адміністративних процедур* (методи митної оцінки, структура тарифів, консульські та митні формальності й документи).
4. *Стандарти та інші спеціальні вимоги до товарів* (технічні стандарти, вимоги до пакування товарів і маркування).
5. *Імпортні податки та збори* (внутрішні податки, прикордонні податки та збори фіскального характеру, статистичні та адміністративні збори, спеціальні збори на імпортовані товари, внесення депозитів, кредитні обмеження для імпортерів).

Заходи втручання держави до зовнішньої торгівлі (пільги виробникам і споживачам місцевої продукції, експортні субсидії, державні закупки, зовнішньоторговельні операції державних підприємств, інші заходи щодо обмеження торгівлі, вимоги щодо зразків товарів).

Якісні заходи нетарифного регулювання застосовуються як у сфері зовнішньоекономічних відносин, так і поза її межами.

До них належать заходи, спрямовані на розробку, впровадження та контроль за дотриманням технічних, фармакологічних, санітарних, фітосанітарних, ветеринарних, екологічних та інших вимог і правил. За загальним правилом, передбаченим ст. 18 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», такі заходи не можуть використовуватись з метою створення нетарифних бар'єрів для здійснення

зовнішньоекономічної діяльності суб'єктами цієї діяльності. Отже, завдяки застосуванню цих заходів переважно забезпечується контроль якості переміщуваних товарів.

Товари, що імпортуються на територію України, підлягають обов'язковій сертифікації на предмет їх відповідності фармакологічним, санітарним, фітосанітарним, ветеринарним та екологічним нормам, якщо відповідні вимоги діють і щодо аналогічних товарів національного виробництва згідно із законами України. До товарів, що імпортуються на територію України, застосовується національний режим їх сертифікації.

4.2 Сертифікація і види сертифікатів, що застосовуються у ЗЕД

Сертифікація товарів – комплекс дій, відповідно до яких уповноважений орган перевіряє і засвідчує відповідність товарів або окремих їх характеристик спеціальним вимогам нормативних документів або зовнішньоекономічного договору.

Для відображення результатів сертифікації використовуються *документи про відповідність спеціальним вимогам* – документи, що засвідчують відповідність перевезених товарів спеціальним вимогам міжнародних договорів, законодавчим розпорядженням, умовам зовнішньоекономічного договору чи заявленим уповноваженим на здійснення контролю органам характеристикам.

Відповідність продукції вимогам, встановленим законодавством, засвідчується декларацією про відповідність або сертифікатом відповідності. Декларування відповідності – процедура, за допомогою якої виробник або уповноважена ним особа під свою повну відповідальність документально засвідчує, що продукція відповідає встановленим законодавством вимогам.

Сертифікація – процедура, за допомогою якої визнаний в установленому порядку орган документально засвідчує відповідність продукції, систем якості, систем управління якістю, систем управління довкіллям, персоналу встановленим законодавством вимогам.

Сертифікат про походження (certificate of origin) – документ, що засвідчує країну, в якій товар було вироблено. У деяких випадках сертифікат про походження містить також інформацію про частку використання місцевих матеріалів і місцевої робочої сили.

Ветеринарний сертифікат (veterinary certificate, animal health certificate) – документ, що засвідчує відсутність у вантажах, що підлягають ветеринарному контролю, збудників особливо небезпечних (у тому числі карантинних) хвороб тварин, а також хвороб, спільних для тварин і людей.

Сертифікат екологічного контролю (ecological certificate) – документ, що засвідчує, що вантажі, які підлягають екологічному контролю, не містять хімічного чи радіоактивного забруднення.

Сертифікат якості (quality certificate) – документ, що засвідчує відповідність товару, якість якого підлягає контролю, показникам якості, технічним характеристикам, вимогам безпеки для життя і здоров'я людей, природного навколишнього середовища.

Сертифікат результатів аналізу (analysis certificate) – документ, який засвідчує склад інгредієнтів, що містяться в деяких видах вантажів.

Сертифікат ваги (weight certificate, weight list) – документ, що засвідчує відповідність ваги вантажу вазі, зазначеній в інших товарних документах – комерційному рахунку, коносаменті, сертифікаті страхування.

Санітарно-гігієнічний контроль здійснюється з метою захисту населення від недобросовісної конкуренції і полягає в необхідності одержання гігієнічного висновку за результатами державної санітарно-гігієнічної експертизи товару як підстави для його митного оформлення.

Фітосанітарний контроль здійснюється Головною державною фітосанітарною інспекцією України. Перелік підконтрольних вантажів служби карантину рослин містить: насіння і посадковий матеріал, сільськогосподарські, лісові і декоративні культури; рослини та їх частини (живці, цибулини, бульби, плоди), а також іншу продукцію рослинного походження, яка може переносити шкідників, хвороби рослин і бур'яни; культури живих грибів, бактерії, віруси, а також кліщі та комахи; сільськогосподарські машини та знаряддя обробітку ґрунту; усі види тари, окремі промислові товари, пакування й вироби з рослинних матеріалів, що можуть переносити шкідників, хвороби рослин і насіння бур'янів, інше.

Ввезення в Україну товарів, продуктів тваринного походження, готових харчових продуктів, сировини тваринного походження, кормів тваринного та рослинного походження, кормових добавок, штамів мікроорганізмів, засобів захисту тварин, засобів ветеринарної медицини, а також предметів і матеріалів, що можуть бути носіями збудників інфекційних захворювань, підлягає *ветеринарному контролю*, який проводиться фахівцями регіональних служб державного ветеринарного контролю.

4.3 Кількісні заходи нетарифного регулювання

До кількісних обмежень відносять:

Квотування. В Україні здійснюється шляхом встановлення режиму видачі індивідуальних ліцензій, причому загальний обсяг експорту (імпорту) за цими ліцензіями не повинен перевищувати обсягу встановленої квоти - граничного обсягу певної категорії товарів, який дозволено експортувати з території України або імпортувати на її територію протягом встановленого строку та який визначається у натуральних чи вартісних одиницях. Установлено такі види експортних (імпортних) квот (контингентів):

- глобальні – квоти, які встановлюються щодо товару без зазначення конкретних країн (груп країн), куди товар експортується або з яких імпортується;

- групові – квоти, що встановлюються до товару з визначенням групи країн, куди товар експортується або з яких він імпортується;

- індивідуальні – квоти, які встановлюються до товару з визначенням конкретної країни, куди товар може експортуватись або з якої він може імпортуватись;

- антидемпінгові, компенсаційні, спеціальні – граничний обсяг імпорту в Україну певного товару, що є об'єктом антидемпінгового, антисубсидійного,

спеціального розслідування та відповідних заходів, який дозволено імпортувати в Україну протягом установленого строку та який визначається в натуральних або вартісних одиницях виміру; порядок запровадження антидемпінгових та компенсаційних квот законодавчо не встановлено; спеціальні квоти застосовуються за результатами спеціального розслідування.

Ліцензування. Згідно з Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» ліцензія експортна (імпортна) – належним чином оформлене право на експорт (імпорт) протягом встановленого строку певних товарів або валютних коштів з метою інвестицій та кредитування; квота експортна (імпортна) – граничний обсяг певної категорії товарів, який дозволено експортувати з території України (імпортувати на територію України) протягом встановленого строку та який визначається у натуральних чи вартісних одиницях.

Ліцензування зовнішньоекономічних операцій визначається як комплекс дій органу виконавчої влади з надання дозволу на здійснення суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності експорту (імпорту) товарів. Ліцензування експорту (імпорту) товарів здійснюється у формі автоматичного або неавтоматичного ліцензування.

Ліцензування – обмеження у вигляді одержання права чи дозволу (ліцензії) від уповноважених державних органів на ввіз чи вивіз продукції з такими видами ліцензій:

- генеральна з дозволом експортно-імпортних операцій по даному товару чи в дані країни без обмеження кількості угод;
- глобальна без обмежень поставки чи закупки кількісно чи вартісно;
- автоматична, яка надається негайно після отримання заяви від експортера чи імпортера;
- разова (індивідуальна) для однієї угоди на період здійснення останньої.

Механізм розподілу ліцензій різноманітний з такими головними формами:

- аукціон;
- система явних преференцій з урахуванням колишніх підсумків ЗЕД;
- розподіл на позаціновій основі за підсумками експертних оцінок.

Перелік товарів, експорт (імпорт) яких підпадає під режим ліцензування, інформація про строк дії ліцензій та внесення будь-яких змін до них, порядок подання та розгляду заявок опубліковуються в офіційних друкованих виданнях України з повідомленням відповідного комітету Світової організації торгівлі (СОТ) протягом 60 днів з дня опублікування та наданням копій цих публікацій.

Антидемпінгові засоби з переслідуванням постачальників іноземної продукції за заниженими цінами.

Технологія визначення наявності демпінгу полягає у:

- 1) визначенні «нормальної вартості» – еквівалента ціни товару на внутрішньому ринку, яка базується на цінах, що мали місце в країні-експортері в період розслідування.
- 2) визначенні «експортної ціни», за якою фактично оплачується або належить до оплати товар в країні-імпортері.

3) визначенні «демпінгової маржі» – величини, на яку нормальна вартість перевищує експортну ціну.

Підстави для застосування компенсаційних заходів дає нелегітимна субсидія, головною ознакою якої є її специфічність, яка полягає, насамперед, у наданні субсидії підприємству, галузі промисловості, групі підприємств або групі галузей промисловості на індивідуальній основі та наявності дискримінації певних підприємств щодо надання субсидій.

Фінансові заходи підтримки національних експортерів, зокрема:

1) субсидії національним експортерам у таких формах:

- прямі, що заборонені СОТ;
- непрямі через надання податкових пільг, переваг при страхуванні та інше;
- внутрішні, найбільш приховані й дискримінаційні для імпортерів при бюджетному фінансуванні національних виробників, які конкурують на місцевому ринку з іноземними постачальниками;

2) експортне кредитування національних постачальників і так зване зв'язане кредитування імпортерів при зобов'язанні закупки товарів тільки у фірм даної країни;

3) обов'язковий імпортерний депозит - попередня застава, яку імпортер повинен внести у власний банк перед закупкою іноземного товару;

4) стимулювання демпінгу при експорті й антидемпінгові процедури при імпорті.

Таким чином, нетарифне регулювання являє собою цілеспрямований вплив держави на зовнішню торгівлю за допомогою різноманітних методів та засобів, який характеризується :

- чіткою спрямованістю щодо певного імпортера чи експортера, певного товару або певної країни, тобто високим ступенем вибіркової та дискримінаційності;

- використанням засобів, безпосередньо не пов'язаних із зовнішньоекономічним регулюванням і за нормальних умов не спрямованих на обмеження експорту або імпорту;

- низьким ступенем регламентованості міжнародними угодами, можливістю запровадження на рівні виконавчої влади (без змін у законодавстві), а отже, й високим рівнем гнучкості, оперативності;

- переважним застосуванням адміністративних методів.



Питання для самоконтролю

1. Наведіть класифікацію нетарифних засобів митного регулювання.
2. Що таке квотування? Які види квот діють в Україні?
3. Дайте визначення ліцензування. Поясніть різницю між генеральною, разовою та відкритою ліцензіями.
4. Що таке експортні субсидії? У чому полягає різниця між прямими та непрямими субсидіями?
5. Наведіть можливі технічні бар'єри та поясніть, що таке «добровільне» обмеження експорту?

Тема 5 Валютне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні

5.1 Основні принципи валютного регулювання.

5.2 Види валютних операцій.

5.3 Валютний курс як інструмент валютного регулювання.

5.1 Основні принципи валютного регулювання

5.1 Основні принципи валютного регулювання

Валютне регулювання – діяльність держави щодо регулювання міжнародних розрахунків і порядку здійснення угод з валютою та валютними цінностями. Основна мета валютного регулювання полягає в урівноваженні платіжних балансів, стабілізації валюти, підвищенні ефективності економіки та здійснення її структурної перебудови, стимулювання господарської діяльності, боротьба з інфляцією.

Валютно-фінансовий механізм зовнішньоекономічної діяльності – це, перш за все, правові, нормативні, методичні та організаційні положення і заходи, що визначають функціонування фінансів у сфері ЗЕД з метою їх формування та використання для досягнення визначених відповідними державними програмами цілей і завдань. Дійсно формування фондів фінансових ресурсів, за допомогою зовнішньоекономічної діяльності та використання їх для задоволення загальнодержавних та загальносвітових потреб, а також потреб підприємницьких структур і населення, здійснюється на підставі відповідних нормативних актів, які є основою для розробки методичних положень, що визначають техніку мобілізації та використання цих ресурсів.

Основними елементами, що складають структуру валютно-фінансового механізму виступають – валютно-фінансові відносини, валютно-фінансові важелі, валютно-фінансові методи, правове, нормативне та інформаційно-методичне забезпечення, які, в свою чергу, мають відповідні складові елементи (інструменти):

1) валютно-фінансові відносини включають – формування та використання валютно-фінансових ресурсів, інноваційно-інвестиційну діяльність, міжнародні платежі (розрахунки), валютні операції, кредитування, оподаткування, страхування.

2) валютно-фінансові важелі включають – світову ціну, ставку позичкового відсотка, валютний курс, прибуток (доход), дивіденди, оплату праці, податки, пільги та санкції.

3) валютно-фінансові методи включають – валютно-фінансову політику, валютні війни, валютний демпінг, валютні стабілізаційні фонди, валютно-фінансові резерви, валютний паритет, валютні умови контракту, валютно-фінансовий облік, аналіз, планування, регулювання та валютно-фінансовий контроль.

4) нормативно-правове і інформаційно-методичне забезпечення валютно-фінансового механізму ЗЕД включає – національні й міжнародні нормативне

правові акти, традиції та звичаї, зовнішню й внутрішню інформацію та методичне забезпечення.

Валюта – це грошові знаки іноземних держав, а також кредитні та платіжні документи в іноземних грошових одиницях, що використовуються у міжнародних розрахунках і обслуговують світовий ринок. Проте, не всі національні знаки вартості можуть бути валютою, а лише ті, що визнані світовим співтовариством як загальні еквіваленти.

Конвертованість валюти – можливість резидентів і нерезидентів вільно, без обмежень, обмінювати національну та іноземні валюти чи використовувати іноземну валюту в угодах з реальними й фінансовими активами.

Основні види конвертованості валюти:

- 1) по поточних операціях – відсутність обмежень по платежам і трансфертам, які пов'язані з торгівлею та послугами, міждержавними переказами доходів і трансфертів, що повинні виконувати країни – члени МВФ;
- 2) по капітальних операціях – відсутність обмежень при русі прямих і портфельних інвестицій, кредитів і грантів;
- 3) повна конвертованість – єдність поточної і капітальної конвертованості;
- 4) внутрішня – право резидентів купувати й здійснювати операції з іншими резидентами у власній країні;
- 5) зовнішня – право резидентів здійснювати операції з іноземною валютою з нерезидентами;
- 6) вільна – можливість безперешкодного обміну в зв'язку з високим міжнародним авторитетом, сталістю курсу і підтвердженням МВФ.

Класифікатор іноземних валют та банківських металів, затверджений постановою Правління Національного банку України від 04 лютого 1998 року № 34 (у редакції постанови Правління Національного банку України від 02 жовтня 2002 року № 378, зареєстрованої в Міністерстві юстиції України 24 жовтня 2002 року за № 841/7129) (зі змінами) визначає в ролі ВКВ євро, долари Австралії, США, Канади, фунт стерлінгів, крони Швеції, Данії, Ісландії та Норвегії, франк Швейцарії, єну Японії, СДР (SDR).

5.2 Види валютних операцій

Валютні операції – це операції купівлі продажу валютних цінностей (національна валюта, іноземна валюта, платіжні документи та цінні папери, виражені у валюті України та іноземній і монетарних металах), які здійснюють центральні комерційні банки.

Валютні операції включають - конверсійні операції, залучення та розміщення валютних ресурсів, міжнародні розрахунки (платежі), неторгові операції, відкриття та ведення валютних рахунків а в іноземній валюті, кореспондентські відносини з іноземними банками, та інші операції.

Конверсійні операції – це угоди агентів валютного ринку з купівлі-продажу обумовленої валюти даної країни на іноземну за узгодженим курсом на визначену дату. Конверсійні операції поділяються на угоди з негайною поставкою валюти, термінові угоди, угоди своп.

Угоди з негайною поставкою – передбачають купівлю-продаж валюти на умовах її поставки банками-контрагентами (з відповідною датою валютування сьогодні або через 1-2 дні) з дня укладання договору і включають угоди – «тод», «том», «спот.» Відповідно з датою валютування (узгодженою сторонами дати поставки коштів на рахунок покупця) угода «тод» (сьогодні на сьогодні) – передбачає поставку валюти негайно (в день підписання угоди); угода «том» (завтра) – передбачає поставку валюти покупцю на другий день після підписання угоди (сьогодні на завтра); угода «спот» – передбачає поставку валюти покупцю на другий день після укладання угоди (сьогодні на післязавтра), наприклад, з вівторка на четвер.

Термінові угоди включають форвардні, ф'ючерсні та опціонні угоди. Під форвардними угодами (від. англ. – передній) – розуміють угоди з обміну валют за раніше обумовленим курсом, що укладаються сьогодні, але дата валютування (тобто виконання контракту) відбудеться у майбутньому, тобто термін виконання яких перевищує два робочі дні і становить, як правило, від одного до шести місяців.

Ф'ючерсні угоди (від англ. – угода про покупку чи продаж валюти в майбутньому в оговорений термін) – це угоди, що укладаються на поставку товарів чи іноземної валюти у визначений час (термін) у майбутньому з фіксацією цін на момент виконання зобов'язання сторонами контракту. Фактично продається лише обіцянка майбутньої поставки, а тривалість цього терміну встановлюється біржею.

Опціонні угоди (від лат. – вільний вибір, валютний опціон дає право, а не обов'язок на придбання чи продаж валюти згідно з угодою) – це двосторонні угоди про передачу прав (для покупця) і зобов'язання (для продавця) купити чи продати визначений актив за фіксованим курсом в узгоджену дату або термін. Стосовно валюти, опціон валютний – це контракт на право купити або продати протягом певного терміну за договірною ціною лот валюти або право вибору альтернативних валютних умов контракту.

Валютні опціони діляться на три типи – «колл», «пут», «пут-колл»:

- опціон «колл» – право придбання валюти за фіксованим курсом у встановлену дату валютування.
- опціон «пут» – право продавати певну суму валюти за фіксованим курсом у встановлену дату виконання угоди.
- опціон «пут-колл» – право продавати чи купувати певну суму валюти за фіксованим курсом у встановлену дату, але без права здійснювати такі операції одночасно (купувати і продавати).

Угоди «СВОП» – торгово-фінансова обмінна операція, у якій укладання угоди про купівлю (продаж) цінних паперів, валюти супроводжується укладанням контр-угоди, угоди про зворотний продаж (купівлю) того ж товару у визначений термін. Угоди «СВОП» це комбінація двох протилежних конверсійних операцій (купівлі й продажу) на однакову суму з однією датою укладання проте різними датами валютування.

Основною метою угод типу «СВОП» є забезпечення фінансування в іноземній валюті довгострокових зобов'язань, хеджування довгострокового

валютного ризику, здійснення конвертації експортного капіталу в іншу валюту та на доручення інвестора зміна валюти, в якій надходять прибутки від інвестицій.

5.3 Валютний курс як інструмент валютного регулювання

Валютний курс – це співвідношення обміну двох грошових одиниць або ціна грошової одиниці однієї країни виражена в грошових одиницях інших країн. Валютний курс є співвідношення купівельної спроможності (суми товарів і послуг, які можна придбати за певну грошову одиницю) між різними національними валютами, середнє співвідношення цін на тривалому проміжку часу.

Використання валютного курсу як важеля управління зовнішньоекономічною діяльністю пов'язане з його важливим функціями:

1. Порівняння національних цін на товари, послуги, робочу силу з відповідними цінами інших країн та світовими цінами.
2. Порівняння витрат виробництва, продуктивності праці, торговельних і платіжних балансів тощо.
3. Певний перерозподіл національного доходу між країнами, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

Занижений курс валюти порівняно з його купівельною спроможністю призводить до зниження внутрішніх цін країни нижче від світових. Це дає змогу експортерам товарів продавати їх нижче світових цін, розширювати експорт товарів та послуг і за тих самих світових цін отримувати при обміні іноземної валюти більше національної валюти, а отже, й розширювати обсяги виробництва. Водночас занижений валютний курс сприяє припливу капіталу, стає вигідніше його реінвестувати і невигідно його вивозити.

Завищений валютний курс призводить до підвищення внутрішніх цін вище від світових, до зниження конкурентоспроможності товарів і послуг й ефективності експорту (його скорочення і зменшення дохідності). При цьому відбувається здешевлення імпорту товарів і послуг, зростання його ефективності, що може призвести до скорочення національного виробництва. Крім цього відбувається відплив капіталу, зменшується реінвестування прибутків від іноземних капіталовкладень, збільшуються прибутки від іноземних капіталовкладень, зростає зовнішній борг.

Завищений валютний курс вигідний для тих країн, в яких відносно невелика частка створених товарів і послуг експортується на зовнішній ринок і суттєво не впливає на внутрішню економіку.

У міжнародній практиці використовуються 5 методів встановлення валютних курсів – фіксований, середній, крос-курс, спот-курс та плаваючий курс.

Фіксування курсу національної грошової одиниці в іноземній валюті називається валютним котируванням. Воно дає змогу визначити співвідношення двох грошових одиниць, запропонованих для обміну. Розрізняють офіційне і вільне (ринкове) котирування валют. За офіційним

котируванням здійснюються всі валютні операції держави. У міжбанківській торгівлі валютою щоденні котирування коливаються навколо офіційного курсу.

Валютне котирування може бути прямим і зворотним (непрямим). За прямого котирування 1,10,100 одиниць іноземної валюти дорівнюють Х одиниць національної валюти, а зворотного котирування – 1.10.100 одиниць національної валюти дорівнюють Х одиниць іноземної валюти.

Середній курс – середнє арифметичне курсів продавця і покупця. Курс продавця – це курс, за яким банк-резидент продає іноземну валюту за національну, а курс покупця – це курс за яким він купляє іноземну валюту за національну. Курс продавця завжди вищий за курс покупця. Різниця між курсами продавця і покупця становить маржу.

Крос-курс – це курс, отриманий розрахункове з курсів двох валют до третьої. Або це – котирування двох іноземних валют, жодна з яких не є національною валютою учасника угоди, який встановлює курс. Наприклад, курс американського долара до євро, встановлений Національним банком України.

Спот-курс – обмінний курс продажу чи купівлі, який використовується для валютних операцій без будь-якої попередньої угоди для здійснення майбутньої купівлі чи продажу.

Плаваючий курс – курс, що визначається на валютному ринку під впливом попиту та пропозиції. Існує декілька режимів плаваючих валютних курсів.



Питання для самоконтролю

1. Якими нормативними документами регулюються валютні операції суб'єктів ЗЕД в Україні?
2. Дайте визначення валюти, валютного курсу, валютного ринку.
3. Назвіть відомі Вам види валютних курсів?
4. Які існують групи валютних операцій?
5. Як можна класифікувати валютні операції суб'єктів ЗЕД?
6. Які існують рівні валютного регулювання?
7. Назвіть суб'єктів валютного регулювання в Україні.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 ОРГАНІЗАЦІЯ Й УПРАВЛІННЯ ЗЕД ПІДПРИЄМСТВА

Тема 6 Форми виходу підприємств на зовнішні ринки

- 6.1 Основні принципи маркетингового забезпечення ЗЕД.
- 6.2 Види маркетингових досліджень.
- 6.3 Цілі маркетингового комплексу ЗЕД.
- 6.4 Дослідження ринків і вибір міжнародних партнерів.

6.1 Основні принципи маркетингового забезпечення ЗЕД

За допомогою маркетингових досліджень стає можливим знайти шляхи взаємного пристосування Інтересів виробників і споживачів, для чого необхідно вивчити економічні інтереси як споживача, так , виробника, визначити сфери розбіжностей цих інтересів, знайти спосіб їх мінімізації шляхом розробки ефективної маркетингової стратегії.

У здійсненні маркетингових досліджень виділяють два напрямки: *внутрішній* та *міжнародний*. У зовнішньоекономічній діяльності вітчизняних підприємств регулювання зовнішньоекономічних зв'язків зорієнтоване на міжнародний маркетинг.

Маркетингове забезпечення міжнародної діяльності включає:

- 1) дослідження основних характеристик сучасного світового ринку, його динаміки, тенденцій розвитку і пріоритетів;
- 2) визначення суб'єктів міжнародних зв'язків та особливостей поведінки і мотивації при проведенні ними маркетингової діяльності;
- 3) характеристику основних параметрів середовища міжнародного маркетингу, у тому числі конкурентної ситуації;
- 4) розробку стратегії виходу і діяльності на потенційному зарубіжному ринку;
- 5) визначення проблем і специфіки технології маркетингової діяльності на зовнішніх ринках.

З урахуванням цього, *міжнародний маркетинг* слід визначити як теорію прийняття управлінських рішень на основі аналізу факторів міжнародного ринкового середовища.

В Україні процес ринкових перетворень переживає неабиякі труднощі. Та, незважаючи на це, процес створення структур, які займаються розв'язанням маркетингових проблем, відбувається досить інтенсивно.

Важливе місце в системі міжнародного маркетингу займає дослідження іноземних ринків, під яким, як правило, розуміють процес пошуку, збору, обробки й аналізу даних про проблеми, пов'язані з маркетингом товарів і послуг.

Головна мета маркетингових досліджень – зменшення невизначеності і ризику при прийнятті комерційних рішень.

Маркетингові дослідження, що проводяться на зарубіжних ринках, як правило, складаються із двох великих блоків:

- дослідження ринків;
- дослідження потенціальних можливостей підприємства.

Перший блок дослідження ринків включає в себе такі аспекти:

- вивчення комерційної практики, транспортних, торгово-політичних умов;
- вивчення умов руху товарів та ін.

Другий блок — дослідження потенціальних можливостей підприємства передбачає:

- аналіз господарської діяльності підприємства;
- аналіз конкурентноздатності підприємства;
- аналіз конкурентноздатності продукції підприємства;
- оцінку його потенціальних конкурентних можливостей.

При дослідженні іноземних ринків використовуються традиційні методи та інструменти. Разом з тим тут є своя специфіка, яка визначається об'єктом дослідження

6.2 Види маркетингових досліджень

В залежності від техніки проведення досліджень, характеру інформації, способів її надходження і використання, маркетингові дослідження у зовнішньоекономічній сфері можна розділити на такі види:

- *Кабінетні дослідження.* Вони, як правило, проводяться на основі вторинної інформації, яка може бути одержана в результаті вивчення урядових звітів, досьє зовнішньоторгових організацій, комп'ютерних банків даних і т.д. Такі дослідження відносно недорогі і дають можливість одержати відповідь на ряд запитань, що цікавлять підприємство. Наприклад, про стан митного законодавства, стан економіки окремих країн, стан і тенденції розвитку кон'єктури окремих ринків, торгово-політичні режими, вартість перевезень різними видами транспорту та ін.

З кабінетних досліджень і починаються маркетингові Дослідження іноземних ринків. Проте такі дослідження не дають можливості одержати відповідь на всі запитання, що цікавлять підприємство, і не всі країни володіють такою інформацією.

- *Польове дослідження.* Являє собою дослідження ринку на місці. Воно найбільш складне й дороге, але це самий ефективний метод вивчення ринку. Цей вид дослідження дозволяє отримати первинну інформацію, оцінити реальний споживацький попит і фактори, що його формують, враховувати результати досліджень для розробки керівництвом підприємства тактики поведінки на ринку.

Крім розглянутих, використовуються і такі методи дослідження іноземних ринків, як метод пробного продажу, підтримки особистих ділових контактів з представниками іноземних фірм та ін.

Маркетингове дослідження, що проводиться на іноземних ринках, відрізняється від того, що проводиться на внутрішньому ринку. Ця різниця полягає:

- в складності одержання первинної інформації;
- нестачі(чи відсутності) вторинної інформації;
- необхідності координації досліджень на ринках різних країн.

Маркетингові дослідження проводяться підприємством або самостійно, або на його замовлення спеціалізованим маркетинговим фірмам. Щоб маркетингові дослідження були ефективними, вони повинні проводитися систематично і охоплювати якомога більше джерел інформації.

Враховуючи відносну новизну цієї діяльності в нашому суспільстві, перед фахівцями, які проводять маркетингові дослідження, виникає цілий ряд труднощів. Теоретично кожне підприємство має цілі і стратегію, яка регламентує його діяльність, але на практиці реальною метою є одержання прибутку. А головними *цільми комплексу маркетингу*, на яких потрібно зосередити увагу підприємства, є:

- розробка товару, здатного задовольнити виявлені бажання і потреби;
- розміщення товару у тому місці, де його придбають;
- встановлення конкурентоспроможної ціни;
- стимулювання збуту товару.

Ця маркетингова формула, відома як «4Р» маркетингу (Product, Price, Promotion, Place), полягає у тому, що ефективна її реалізація передбачає розгляд пропозиції продукту, встановлення ціни, вибір місця і стимулювання збуту як єдиного процесу, який відображає сутність маркетингу. Ця єдність повинна складатися не просто з пропозиції товару, на який сформована потреба покупців, а й із розробки товарної пропозиції.

6.3 Цілі маркетингового комплексу ЗЕД

Маркетингові стратегії – плани підприємств, які деталізовано за напрямками діяльності підприємства, ринками, часом. Маркетингова стратегія відповідає на питання: *що, коли і як* буде зроблено для досягнення цілей підприємства, і *скільки* це буде коштувати.

Звідси випливає, що підприємство може виходити на шість ієрархічних рівнів пропозиції своєї продукції:

- глобальний рівень;
- континентальний рівень;
- рівень своєї країни;
- регіональний рівень;
- обласний рівень;
- рівень свого населеного пункту.

Цінова стратегія фірми починається з визначення власного підходу до концепції ціноутворення, що спирається на стратегічну маркетингову програму. Як правило, цінова стратегія повинна забезпечити оволодіння визначеною

часткою ринку, розширення обсягу продажів, одержання планованого прибутку.

Кон'юнктурно – цінова робота передбачає виконання таких функцій:

- інформаційне забезпечення цінових розрахунків;
- вивчення динаміки цін на аналогічні товари іноземного виробництва;
- методичне забезпечення розрахунків;
- контроль за правильністю вибору і використання вихідних даних відповідно до нормативного документу;
- аналіз стану і прогнозування розвитку кон'юнктури світових товарних ринків;
- затвердження завдань відрядження співробітникам фірми, що вивчає цінові фактори за кордоном;
- вивчення діяльності конкурентів і потенційних партнерів, державних органів, міжнародних організацій.

Стратегія формування ціни включає два етапи.

Перший етап описує порівняння характеристик власного товару з кращими й гіршими показниками конкурентів (якість, час доставки споживачеві, функціонування ринкової мережі, темпи відновлення, післяпродажне обслуговування і т. д.).

Другий етап включає послідовну розробку експортних цін:

- 1) калькуляція витрат, включаючи витрати із стимулювання попиту адаптації на ринку;
- 2) аналіз ринкових цін і їхніх коливань під тиском факторів попиту та пропозицій;
- 3) установлення нижньої і верхньої межі коливань ціни для визначення ступеня маневрування на ринку, що змінюється;
- 4) оцінка обсягу продажів;
- 5) визначення альтернативних видів цінової політики;
- 6) аналіз цінової структури (структура витрат, розподіл прибутку і т. д.);
- 7) визначення конкретних продажних цін з урахуванням умов платежу, валютних курсів, методів державного тарифного і нетарифного регулювання.

Будь-яка зовнішньоторгова операція українських підприємств починається з вибору підходящого партнера, тобто контрагента.

Контрагентами в міжнародній торгівлі називають сторони, що знаходяться в договірних відносинах з купівлі-продажу товарів чи наданням послуг.

Іноземними контрагентами наших українських підприємств виступають фірми та організації, що являють собою протилежну сторону зовнішньоторгової угоди. Контрагентом експортера виступає імпортер, арендодавець – арендатор, підрядчика – замовник і т.д.

6.4 Дослідження ринків і вибір міжнародних партнерів

Вдалий вибір іноземного контрапартнера має важливе значення для забезпечення ефективності ЗЕД, попередження непорозумінь, фінансових

втрат. Серед контрагентів, що діють на світовому ринку, можна виділити фірми та державні органи й організації.

Найчастіше у зовнішньоторгових операціях приймають участь фірми. Під *фірмою* розуміється відособлене в процесі суспільного розподілу праці підприємство, що здійснює господарську діяльність з метою одержання прибутку. Фірми, що діють на світовому ринку, класифікуються за такими критеріями:

- 1) виду господарської діяльності і характеру операцій;
- 2) правовому становищу;
- 3) характеру власності;
- 4) приналежності капіталу і контролю;
- 5) об'єму операцій.

Робота по збору інформації та вивченню фірм-партнерів повинна бути добре організована і забезпечена методичними розробками.

Оперативно-комерційна робота по вивченню фірм повинна використовувати різні аспекти: збір інформації про фірми, з якими передбачається підписання угод; спостереження за фірмами, з якими підписані угоди; пошук нових фірм-партнерів; вивчення фірм-конкурентів, які відіграють провідну роль на ринках, що нас цікавлять.

Вивчення фірм, діючих на окремих ринках, складається зі збору інформації про фірму і систематизації зібраних відомостей. Інформація про фірму, одержана з різних джерел, підбирається й систематизується в дос'є на фірму. Питання, за якими підбирається матеріал для дос'є, можна поділити на дві групи:

- 1) пов'язані із загальною характеристикою фірми, враховуючи вид діяльності, номенклатуру виробництва і торгівлі, роль фірми на ринку даного товару;
- 2) питання за спеціальними аспектами, пов'язані безпосередньо з підписанням контрактів.

До останніх відносяться питання, що характеризують кредитоздатність, фінансове становище фірми, завантаження замовленнями, зацікавленість в одержанні замовлень від іноземних партнерів, вияснення її взаємодії з іншими фірмами і державними органами, а також ділова характеристика представників фірми, з якою передбачається проведення переговорів. Найбільш цінною інформацією для дос'є вважаються відомості, одержані при особистому знайомстві з фірмою.

Дос'є фірми складається з ряду документів. До них відносяться:

- 1) карта фірми;
- 2) відомості про переговори з фірмою;
- 3) відомості про ділові контакти.

Карта фірми – це базовий документ. Він являє собою анкету, запитання якої характеризують різні сторони діяльності фірми, а саме:

- 1) країна, поштова адреса, телефон, факс;
- 2) рік заснування;

- 3) предмети торгівлі, виробництва чи характер послуг;
- 4) виробничі потужності, торгівельний обіг, число робітників»
- 5) дані, що характеризують фінансове становище;
- 6) філіали, дочірні підприємства, участь та інші зв'язки;
- 7) найважливіші конкуренти;
- 8) власники, керівники фірми, особи, що мають безпосередній
- 9) контакт з фірмою;
- 10) обіг, в т.ч. на різних ринках;
- 11) негативні сторони, що характеризують фірму (невиконання зобов'язань, реклаमाції, арбітражні й судові справи і т.д.).

Крім даних, які перераховані в карті, в досьє фірми повинні бути і такі відомості, як:

- 1) характеристика власників, керівників фірми, які безпосередньо контактують з вашими організаціями;
- 2) дані про баланси фірми за господарський рік;
- 3) дані про розвиток торгових відносин з фірмою (відомості
- 4) про поведінку фірми під час переговорів про підписання угод, про хід їх реалізації, про результати угод, про зацікавленість фірми в роботі на українському ринку). Карта фірми являється необхідним джерелом її вивчення. При вивченні державних, напівдержавних і кооперативних організацій поряд з картою фірм використовують ще й інші матеріали.

Важливе місце в досьє займають названі вище документи: «відомості про переговори» і «відомості про ділові контакти». Вони охоплюють інформацію, джерелом якої являються особисті спостереження і враження оперативних робітників, отримані в процесі переговорів, в ході виконання контрактів і відвідання підприємств фірми.

Досьє на фірму поповнюється систематично. При цьому перед початком фінансового року і при підготовці великих угод важливо зібрати відомості про фінансове становище контрагента незалежно від наявності даних за минулий період.

Свій варіант досьє на фірму може підготувати для себе кожна організація. Разом з тим, для проведення даної роботи можна використати каталог спеціалізованих організацій і відомств.



Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте зміст і мету маркетингу в ЗЕД.
2. Визначте особливості, значення і задачі маркетингу в ЗЕД.
3. Що виступає інформаційною базою маркетингових досліджень зовнішнього ринку?
4. Охарактеризуйте структуру маркетингових досліджень на зовнішньому ринку.

Тема 7 Ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності підприємства

7.1 Основні підходи до визначення ціни у зовнішньоекономічних контрактах.

7.2 Методи фіксації ціни у зовнішньоекономічних контрактах.

7.1 Основні підходи до визначення ціни у зовнішньоекономічних контрактах

Розрахунок ціни повинен спиратися на облік фази життєвого циклу продукції, що визначає обсяг експортованої товарної маси і величину потенційного попиту.

Зовнішньоторговельна цінова стратегія повинна сполучити два ключових підходи: витратний і граничний (маржинальний). Витратний підхід спирається на облік фактичних витрат. Маржинальний підхід базується на оптимальному співвідношенні граничних витрат і доходу.

Істотне значення має фактор часу. У короткостроковому періоді попит та пропозиція нееластичні чи малоеластичні, тому маніпулювання цінами слабо впливає на динаміку фізичного обсягу. Навпаки, у довгостроковому періоді ступінь реакції обсягів чи попиту пропозиції на цінові коливання значний і може вийти з-під контролю.

Розмаїття форм установаження початкової експортної ціни можна згрупувати в такий спосіб:

- 1) «скілінг», чи метод «зняття вершків», коли встановлюється завищена ціна на новий, унікальний чи удосконалений товар, причому високий рівень ціни підкреслює споживачу престижність чи особливу якість продукту; «скілінг» застосовуємо в короткостроковому періоді;
- 2) «кон'юнктурна ціна» для ринку, уже забезпеченого даним товаром, причому для збереження своєї ринкової ніші можливе сполучення підвищення (сигнал поліпшення якості) і зниження (сигнал зниження витрат) цін;
- 3) «ціна проникнення» для виходу на новий ринок з наявністю конкуренції, що дозволяє завоювати стартову ринкову нішу, при цьому є небезпека застосування антидемпінгових санкцій державними органами країни-імпортера;
- 4) метод стимулювання комплексного продажу, коли перші екземпляри реалізуються за заниженими цінами в рекламних цілях, а великі масиви продукції збуваються за більш високими цінами;
- 5) так звані «вузькі» методи, коли превалює єдиний ціноутворюючий фактор (зональний, географічний, змагальний, транспортний і т. д.).

Для визначення чи обґрунтування зазначених методів ціноутворення на світових ринках використовують специфічні підходи, що пояснюють у першу чергу особливості калькуляції витрат:

- 1) «скілінг» спирається на ринково-диференційований підхід, коли за вихідну береться величина світової ціни попереднього періоду, до неї додаються витрати з відновлення, адаптації на ринку, страхування і т. д.;

- 2) «кон'юнктурна ціна» базується на фактичних витратах виробництва і обігу;
- 3) «ціна проникнення» підкреслює подвійний підхід до внутрішнього і зовнішнього ціноутворення: фактичні витрати застосовують для обґрунтування національних цін, а нормативні – для експортних.

Цінова стратегія фірми повинна бути привабливою для потенційних партнерів. Для цього, зокрема, широко використовується практика застосування цінових знижок:

- бонусна знижка (знижка за оборот) не за окрему операцію, а за оговорений річний торговий оборот;
- кількісна знижка за величину чи серійність реалізованої продукції;
- дилерська знижка за посередницьку діяльність у реалізації експортної продукції;
- сезонна знижка на продукцію сезонного характеру;
- знижка «сконто» за дострокову оплату поставок;
- закрита знижка для внутріфірмової торгівлі чи торгівлі всередині замкнутих економічних угруповань;
- спеціальна знижка для традиційних торгових партнерів;
- знижка для реалізації старої продукції;
- різні індивідуальні знижки.

Порядок визначення одиниці виміру ціни залежить від характеру товару і практики, що склався на світовому ринку. Ціна встановлюється, як правило, за наступними критеріями:

- за визначену кількість одиниць (штуку, масу, площу, обсяг і т. д.);
- за одиницю маси базової речовини в гірській породі, концентраті і т. д.;
- за одиницю маси чи обсягу залежно від коливань натуральної маси, наявності побічних домішок і т. д.;
- за облік чи неврахування тари або упаковки (брутто чи нетто);
- за комплектність чи серійність продукції.

База ціни спирається на систему «ІНКОТЕРМС - 2010». Усі ціни розподіляють обов'язки між продавцем і покупцем із навантаження–розвантаження, транспортування, страхування, упакування і маркірування, оформлення комерційної та іншої документації, оплати експортних та імпорتنих платежів і т. д.

Ціна в контракті може виражатися у валютах експортера, імпортера чи валюті третьої сторони, включаючи колективні валюти.

Рівень контрактної ціни може піддаватися ряду виправлень. Ми уже відзначали основні знижки, що застосовуються при співробітництві з різними партнерами. Крім знижок, використовують технічні й комерційні виправлення.

Технічні виправлення включають наступні елементи:

- виправлення на техніко-економічні відмінності, що враховують різницю параметрів кінцевої продукції чи використаних ресурсів при порівнянні даного товару і товару-аналога (розходження в ефективності ресурсів, їхній екологічності і т. д.);
- виправлення на комплектацію, коли товар по-різному забезпечений

- необхідними доповнюючими елементами чи вузлами;
- експлуатаційні виправлення, коли в ціні враховується стійкість до різних форм впливу зовнішнього середовища (температура, вологість і т. д.).
- Комерційні виправлення характеризують такі складові:
- виправлення за підсумками додаткових погоджень;
 - виправлення на період постачання товару, коли можливі зміни протягом часу доставки продукції споживачу;
 - виправлення на умови платежу, коли оплата виконується повністю, в розстрочку, чеком чи векселем і т. д.

7.2 Методи фіксації ціни у зовнішньоекономічних контрактах

При встановленні ціни в контракті купівлі–продажу визначається:

- *одиниця вимірювання*, за якою встановлюється ціна (ваги, довжини, площі, об'єму, поштучно і т.д.);
- *базис ціни*, який встановлює, чи входить у ціну товарів транспортні, страхові й інші витрати по доставці товару. Базис ціни звичайно визначається шляхом використання одного із комерційних термінів «Інкотермс – 2010» з вказівкою пункту здачі товару;
- *спосіб фіксації ціни*. Ціна в контракті може бути зафіксована в момент його підписання, на протязі терміну його дії чи до моменту його виконання. *Залежно від способу фіксації розрізняють наступні ціни:*
 - 1) тверда фіксована ціна, незмінна протягом усього терміну контракту;
 - 2) тверда ціна з можливістю коректування (рухлива ціна), коли невелике коректування (2-5%) пояснюється несуттєвим впливом тимчасового фактора;
 - 3) ціна з наступною фіксацією для довгострокових контрактів чи в чеканні інфляції (дефляції) і фіскальних змін;
 - 4) гнучка ціна, коли складаються базова (постійна) і змінна величини, що характерно для постачань складних і унікальних товарів з тривалим циклом виробництва;
 - 5) змішана ціна, коли одна її частина твердо зафіксована, а інша являє собою ковзану величину.

Тверді ціни встановлюються в момент підписання контракту, звичайно з обмовкою «ціна тверда, змінам не підлягає».

Ціни з наступною фіксацією. В даному випадку ціни не обговорюються в момент підписання контракту. Проте в договорі регламентується порядок їх обчислення до моменту платежу.

Рухлива ціна. Вона фіксується в момент підписання контракту, а надалі може бути переглянута в залежності від зміни ринкових цін.

Гнучка ціна. Фіксується в момент підписання контракту й коректується у випадку зміни витрат виробництва в період виконання контракту. При

використанні гнучкої ціни обговорюється її структура, вказується джерело, на основі якого можна говорити про зміни витрат виробництва.

Гнучка ціна в практиці часто вираховується за формулою, запропонованою Європейською економічною комісією ООН, викладеної в загальних умовах експортних поставок машинного обладнання. Цей метод передбачає використання такої формули:

$$\begin{aligned} \text{ЦІ} &= \text{Ц}_0 / 100(a + v(M1/M0) + c(C1/C0)) \\ a + d + c &= 100\% \end{aligned} \quad (7.1)$$

де ЦІ – кінцева ціна;

Ц₀ – базова ціна, встановлена на день підписання контракту;

МІ – середньоарифметична чи середньозважена ціна на сировину і матеріали в момент виконання контракту;

М₀ – цінами індекс цін) на сировину і матеріали в момент підписання контракту;

С₁ – середньоарифметична чи середньозважена зарплата в момент виконання контракту;

С₀ – зарплата (відповідні індекси) в момент підписання контракту;

a, d, c - частини, що приходяться в ціні на окремі затрати: постійні витрати, витрати на матеріал, на зарплату.

Валюта ціни. Ціна може бути встановлена у валюті країни-експортера, імпортера чи валюті третьої країни;

Рівень ціни. При визначенні рівня ціни в контракті звичайно орієнтуються на два рівні цін:

1) опубліковані ціни (довідкові ціни, біржове котування, ціни аукціонів, ін);

2) розрахункові ціни постачальника, встановлені в контракті та на нестандартне обладнання, виготовлене, як правило, за індивідуальним замовленням.



Питання для самоконтролю

1. Визначте сутність зовнішньоекономічних цін.
2. Назвіть основні фактори ціноутворення у ЗЕД.
3. Визначте особливості трансферного ціноутворення.
4. Як визначають рівень цін?
5. Назвіть основні способи фіксації ціни у контракті.

Тема 8 Структура і зміст зовнішньоекономічних контрактів

- 8.1 Сутність зовнішньоекономічних контрактів.
- 8.2 Форми зовнішньоекономічних угод.
- 8.3 Основні та додаткові умови зовнішньоекономічного договору.
- 8.4 Етапи оформлення типової зовнішньоторгової угоди купівлі–продажу.

8.1 Сутність зовнішньоекономічних контрактів

Зовнішньоекономічний договір (контракт) становить матеріально оформлену угоду двох чи більше суб'єктів ЗЕД та їх іноземних контрагентів, яка спрямована на встановлення, зміну чи припинення їхніх взаємних прав і обов'язків у ЗЕД.

Установленню договірних відносин передуює підготовчий переддоговірний період, протягом якого кожній із сторін слід зібрати максимальну кількість інформації про свого партнера (контрагента) і провести переговори про умови майбутньої угоди, зокрема в інтересах кожної сторони одержати інформацію про рівень зацікавленості партнера в налагодженні ділових відносин, його платоспроможності, надійності як контрагента, порядності, ділових якостей. У цей період за домовленістю однієї із сторін складається текст договору (контракту), що вивчається іншою стороною, після чого шляхом спільних переговорів формується остаточний текст договору (контракту).

Складання контракту – важлива складова зовнішньоекономічної угоди, оскільки саме цей документ регламентує умови угоди, права й обов'язки, а також відповідальність сторін у разі невиконання договірних умов і т. п.

На відміну від угоди внутрішнього характеру (між партнерами з однієї країни) зовнішньоторговельна операція відрізняється значною складністю. У цьому зв'язку, укладаючи зовнішньоекономічну угоду, необхідно приділити особливу увагу виконанню партнером узятих на себе зобов'язань. З цією метою текст зовнішньоекономічного договору (контракту), на відміну від тексту договору (контракту) між особами однієї держави, необхідно забезпечити широким набором гарантій виконання сторонами своїх зобов'язань. Зокрема, такими гарантіями можуть виступати стовідсоткова передоплата, застава, задаток чи аванс, банківська гарантія, застереження про збереження права власності та заходи, що закликають партнера до належного і своєчасного виконання своїх зобов'язань.

Відповідно до Закону про ЗЕД суб'єкти мають право укласти будь-які види зовнішньоекономічних договорів (контрактів), крім тих, які прямо чи у винятковій формі заборонені законами України.

В українському законодавстві загальні положення щодо регулювання цивільно-правових договорів визначаються *Цивільним* кодексом України від 16.01.2003, а також *Господарським* кодексом України від 16.01.2003.

Розглядаючи *Господарський кодекс* України від 16.01.2003 як джерело регулювання зовнішньоекономічного договору як різновиду господарського, слід враховувати, зокрема, такі положення:

- основа для визначення змісту господарських договорів відповідно до ст. 179,
- істотні умови господарських договорів відповідно до ст. 180,
- державна реєстрація зовнішньоекономічних договорів (контрактів) відповідно до ст. 383,
- загальний порядок укладання господарських договорів відповідно до ст. 181.

Зовнішньоекономічний договір (контракт) складається відповідно до національного законодавства та з урахуванням міжнародних договорів України. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності при складанні тексту зовнішньоекономічного договору (контракту) мають право використовувати відомі міжнародні звичаї, рекомендації міжнародних органів та організацій, якщо це не заборонено прямо та у виключній формі Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та іншими законами України.

8.2 *Форми зовнішньоекономічних угод*

Форма зовнішньоекономічної угоди відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» визначається правом місця її укладання. При цьому місце укладання договору (контракту) визначається відповідно до законів України. Отже, якщо *місцем укладання зовнішньоекономічної угоди* є Україна, то форма такої угоди має відповідати вимогам українського законодавства.

Відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» права та обов'язки сторін зовнішньоекономічних договорів (контрактів) визначаються правом країни, обраної сторонами при укладенні договору (контракту) або в результаті подальшого погодження.

При відсутності погодження між сторонами відносно права, яке має застосовуватись до зовнішньоекономічних договорів (контрактів), застосовується право країни, де заснована, має своє місце проживання або основне місце діяльності сторона, яка є:

- 1) продавцем – у договорі купівлі-продажу;
- 2) наймодавцем – у договорі майнового найму;
- 3) ліцензіаром – у ліцензійному договорі про використання виключних або аналогічних прав;
- 4) охоронцем – у договорі зберігання;
- 5) комітентом (консигнантом) – у договорі комісії (консигнації);
- 6) довірцем – у договорі доручення;
- 7) перевізником – у договорі перевезення;
- 8) експедитором – у договорі транспортно-експедиторського обслуговування;
- 9) страхувачем – у договорі страхування;
- 10) кредитором – у договорі кредитування;
- 11) дарувальником – у договорі дарування;
- 12) поручителем – у договорі поруки;
- 13) заставником – у договорі застави.

При складанні тексту договору (контракту) суб'єкти ЗЕД мають право використовувати відомі міжнародні порядки, рекомендації міжнародних органів і організацій.

Порядок укладання зовнішньоекономічних договорів у міжнародній практиці регулюється Конвенцією ООН про договори міжнародної купівлі-продажу 1980 р.

Правове регулювання структури і змісту (умов) зовнішньоекономічних договорів здійснюється наказом міністерства економіки та з питань європейської інтеграції № 201 від 06.09.2001 «Про затвердження положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)». Положення застосовується при укладанні договорів купівлі-продажу товарів (надання послуг, виконання робіт) та товарообмінних договорів між українськими суб'єктами підприємницької діяльності та іноземними суб'єктами підприємницької діяльності незалежно від форм власності та видів діяльності.

8.3 Основні та додаткові умови зовнішньоекономічного договору

Всю сукупність умов зовнішньоекономічного договору за цим Положенням можна поділити на дві категорії: *основні* (обов'язкові) та *додаткові* (факультативні).

Положення визначає, що до умов, які повинні бути передбачені в договорі (контракті), якщо сторони такого договору (контракту) не погодилися про інше щодо викладення умов договору і така домовленість не позбавляє договір предмета, об'єкта, мети та інших істотних умов, без погодження яких сторонами договір може вважатися таким, що неукладений, або його може бути визнано недійсним внаслідок недодержання форми згідно з чинним законодавством України, відносяться:

- 1) назва, номер договору (контракту), дата та місце його укладення;
- 2) преамбула;
- 3) предмет договору (контракту);
- 4) кількість та якість товару (обсяги виконання робіт, надання послуг);
- 5) базисні умови поставки товарів (приймання-здавання виконаних робіт або послуг);
- 6) ціна та загальна вартість договору (контракту);
- 7) умови платежів;
- 8) умови приймання-здавання товару (робіт, послуг);
- 9) упаковка та маркування;
- 10) форс-мажорні обставини;
- 11) санкції та рекламації;
- 12) урегулювання спорів у судовому порядку;
- 13) місцезнаходження (місце проживання), поштові та платіжні реквізити сторін.

За домовленістю сторін у зовнішньоекономічному договорі (контракті) можуть визначатись *додаткові* умови: страхування, гарантії якості, умови залучення субвиконавців договору (контракту), агентів, перевізників, визначення норм навантаження (розвантаження), умови передачі технічної документації на товар, збереження торгових марок, порядок сплати податків, митних зборів, різного роду захисні застереження, з якого моменту договір (контракт) починає діяти, кількість підписаних примірників договору (контракту), можливість та порядок унесення змін до договору (контракту) та ін.

8.4 Етапи оформлення типової зовнішньоторгової угоди купівлі-продажу

Етапи оформлення типової зовнішньоторгової угоди купівлі-продажу.

Реалізація типової зовнішньоторгової угоди проходить ряд етапів. В свою чергу, етапи складаються з послідовних стадій її підготовки. Кожна із стадій має конкретне цільове призначення і оформляється відповідними супроводжуючими документами. Всі разом вони являють собою єдиний технологічний процес створення і реалізації продукції, враховуючи початкові фази, про які говорилося вище (маркетингові дослідження, вибір продукції, визначення стратегії).

Розглянемо чотири основних етапи оформлення типової зовнішньоторгової угоди купівлі–продажу.

Перший етап. Встановлення ділового контакту із зарубіжним партнером. Цей етап складається із таких етапів:

- 1) вимога покупця відомостей про товар чи виклик на торги продавця і отримання відповіді;
- 2) відповідь покупця на розміщення замовлення;
- 3) перевірка продавцем платоспроможності покупця і підтвердження її.

Реалізація даної частини угоди вимагає оформлення і підтвердження такими основними документами, як запити, ініціативними листами, відповіді на запити, оферта тверда і вільна, посвідки, банківське чи комерційне відправлення і т.д.

Оформлення запитів і пропозицій на даному етапі забезпечується з допомогою ініціативних листів-пропозицій чи листів про продаж. Оферта являється одним із таких документів. Під офертою розуміється письмова пропозиція продавця покупцю про продаж товарів на визначених ним умовах.

Тверда оферта – це письмова пропозиція на продаж відповідної партії товарів одному можливому покупцю з вказівкою терміну відповіді, на протязі якого він являється пов'язаним зі своєю пропозицією не може зробити пропозицію іншим покупцям. Якщо покупець згоден з пропозицією продавця, він відправляє лист-підтвердження, що містить акцепт. Якщо не згоден – відправляє контроферта з вказівкою своїх умов угоди.

Вільна оферта зазвичай робиться одночасно на одну і ту ж партію товарів багатьом покупцям і не містить терміну для відповіді. І тому не пов'язує оферента своєю пропозицією. Якщо покупець згоден з умовами даної оферти, він підтверджує цей факт твердою офертою.

Якщо ініціатива в пошуку товару виходить від покупця в процесі переговорів, його звернення до продавця з проханням вислати оферту називається запросом.

Другий етап. Оформлення замовлення покупцем. Стадії даного етапу:

- 1) письмова вказівка покупця про доставку товарів чи надання послуг;
- 2) встановлення графіка доставок;

- 3) визначення мінімальної ціни;
- 4) прийняття замовлення.

Оформлення угоди на другому етапі супроводжується наступними документами: замовлення, акцепт пропозиції покупця, проект контракту, акцепт твердої оферти продавця, зустрічна оферта, графік доставки, закупівельний ордер, індент.

Оформлення замовлення покупцем і означає письмову вказівку про доставку йому товарів чи надання послуг. Замовлення оформляється частіше всього на спеціальному бланку з обґрунтуванням ціни. Одночасно складається закупівельний ордер, тобто супроводжувальний лист чи індент (закупівельний ордер, орієнтований на експорт). Замовлення не стає контрактом до моменту одержання письмової згоди підписати договір на попередніх умовах (угода у вигляді акцепту чи зустрічної оферти).

Третій етап. Забезпечення доставки і розрахунків. Стадії даного етапу:

- 1) визначення контрактної ціни;
- 2) визначення базисних умов, доставки;
- 3) узгодження умов розрахунку і методи платежу покупцем;
- 4) документи необхідні оформлення даної частини угоди:

консульський рахунок, рахунок-фактура, фірмові каталоги, прейскуранти, біржові котирування, конкурентний лист, Інкотермс-2010, акредитивний лист, інкасове доручення, чеки та ін.

Визначення контрактної ціни товару здійснюється на основі документів. А в договорі обов'язково робиться посилання на документи, які використовуються з цією метою (консульський рахунок, рахунок – проформа, сертифікат походження товару та ін.).

При цьому консульський рахунок надається разом з експортованим товаром, якщо це вимагається в країні-імпортері.

Консульський рахунок - це доручення, в якому підтверджується походження товару. Він виписується в країні експортера консулом країни імпортера після виплати консульського збору.

Відносно визначення конкретної ціни експортного товару в угоді передбачається, що імпортер повинен знати всі складові елементи товару (ціна товару в місці його знаходження в момент продажу) чи базову ціну з урахуванням вартості упаковки, транспортування, витрат на страхування, мито. Ці витрати являються типовими і обумовлюються торговими звичаями міжнародної комерційної практики.

Відповідно до умов доставки здійснюються на основі системи Інкотермс. В даний час використовується Інкотермс в редакції 2010 р., який являє собою зібрання правил тлумачення міжнародних комерційних термінів. По суті Інкотермс являється методикою систематизації й оформлення термінів торгових звичаїв, які в даний час класифікуються за чотирма категоріями.

Метою Інкотермс є забезпечення єдиного набору міжнародних правил для тлумачення найбільш уживаних торговельних термінів у зовнішній торгівлі,

що дозволяє уникнути чи значно скоротити невизначеності, пов'язані з неоднаковим інтерпретацією таких термінів у різних країнах.

Четвертий етап. Виконання замовлення продавцем. Його стадії:

- 1) підготовка товару до відвантаження (упаковка товару у відповідності до правил, норм і стандартів);
- 2) доставка і транспортування;
- 3) страхування вантажу - оформлення страхового поліса;
- 4) митне очищення - заповнення митної декларації;
- 5) виставлення платіжного рахунку.

Оформлення угоди на даному етапі супроводжується випискою товаросупроводжувальних і розрахункових документів, таких як: рахунок-проформа, рахунок-специфікація, пакувальний листок, сертифікати (продукції, якості, походження товару), повідомлення про готовність до відвантаження, інвойс, відвантажувальний ордер, повідомлення про доставку, транспортна накладна, коносамент, повідомлення про відвантаження, транзитний сертифікат, страховий поліс, митна декларація, виписка із рахунку та ін.

Відзначимо суть деяких із основних документів.

1. Розрахункові документи:

Рахунок-проформа (*pro forma invoice, preliminary invoice*) – документ, що направляється продавцем покупцю для підтвердження умов замовлення, яке надійшло від покупця, на покупку товарів.

Комерційний рахунок (*commercial invoice*) - розрахунковий документ, що містить вимогу продавця до покупця про сплату зазначеної в ньому суми за поставлений товар. Комерційний рахунок також є основним документом, на підставі якого здійснюється митний контроль і митне очищення експортованих / імпортованих товарів.

Комерційний рахунок звичайно складається експортером за формою, прийнятою в країні експортера, але його зміст повинен відповідати вимогам законодавства країни імпортера.

Різновидом комерційного рахунка є *рахунок-фактура* (*final invoice*), що виписується продавцем покупцю після відправлення товару.

Фрахтовий рахунок (*freight bill*) – документ, що містить вимогу перевізника про оплату вартості транспортних послуг. У фрахтовому рахунку вказуються фрахтові ставки і витрати транспортування, а також умови платежу. У деяких випадках роль фрахтового рахунка виконує повідомлення про прибуття вантажу.

Кредит-нота (*credit note*) – розрахунковий документ, що містить повідомлення, яке посилається однією із сторін, що перебувають у розрахункових відносинах, іншій, про запис у кредит рахунка останньої певної суми через настання якої-небудь обставини, що надає стороні, на адресу якої відправляється кредит-нота, право вимоги цієї суми.

Дебет-нота (*debit note*) – розрахунковий документ, що містить повідомлення, яке посилається однією із сторін, які перебувають у розрахункових відносинах, іншій, про запис у дебет рахунка останньої певної

суми через настання якої-небудь обставини, що надає стороні, що відправляє дебет-ноту, право вимоги цієї суми.

2. Транспортні документи:

Товарна накладна, товарно-транспортна накладна (consignment note) – документ, що засвідчує прийняття вантажу до перевезення автомобільним транспортом із зобов'язанням доставити вантаж у місце призначення і видати його зазначеній особі.

Накладна супроводжує вантаж під час перевезення і разом з ним видається вантажоодержувачу на станції призначення.

Залежно від виду використовуваного для перевезення вантажу транспорту розрізняють такі види накладних:

- *морська накладна (sea waybill);*
- *авіа накладна (air waybill, air consignment note);*
- *залізнична накладна (rail waybill, rail consignment note);*
- *автомобільна накладна (road waybill, road consignment note).*

Коносамент (bill of lading) – документ, що засвідчує прийняття вантажу до перевезення морським транспортом із зобов'язанням доставити вантаж у порт призначення і видати його законному власнику коносамента.

З юридичної точки зору коносамент виконує три основні функції:

- засвідчує укладання договору морського перевезення між експортером і перевізником;
- підтверджує передачу товарів перевізнику для відправлення в зазначене місце призначення на конкретному судні;
- надає право власності на товари власнику його оригіналу.

Договір морського перевезення, договір фрахту (freight) – договір, відповідно до якого судновласник за визначену винагороду приймає на себе зобов'язання перевезти належний фрахтувальнику вантаж чи надати в його розпорядження для цієї мети судно або його частину.

Пакувальний аркуш (packing list) – документ, що містить перелік видів і сортів товару, які знаходяться в кожному товарному місці (ящику, коробці, контейнері), у випадку, коли в одному пакуванні містяться різні за асортиментом товари.

Специфікація, відвантажувальна специфікація (specification, shipping specification) – товаросупроводжувальний документ, за змістом і призначенням аналогічний пакувальному аркушу.

Маніфест, декларація суднового вантажу (manifest, cargo manifest) – товаросупроводжувальний документ, що містить деталізований опис вантажів, розміщених на морському чи авіаційному судні.

Маніфест складається капітаном судна після того як оформлені накладні, коносаменти чи інші документи, що засвідчують прийняття вантажу до перевезення.

3. Страхові документи:

Договір страхування (insurance agreement) – письмова угода між страхувальником і страховиком, відповідно до якої страховик приймає на себе зобов'язання при настанні страхового випадку здійснити страхову виплату

страхувальнику чи іншій особі, зазначеній у договорі страхування страхувальником, а страхувальник зобов'язується виплачувати страхові платежі в певні строки і виконувати інші умови договору.

Страхова гарантія (insurance guarantee) – документ, що засвідчує зобов'язання страховика оплатити визначену страховим договором суму за свій рахунок у випадку настання визначених умов неплатежу з боку страхувальника. Страхова гарантія засвідчується страховим полісом.

Страховий поліс (insurance policy) – документ, що підтверджує умови укладеного договору страхування.

Страховий сертифікат (certificate of insurance) – документ, який засвідчує, що договір страхування укладений і страховий поліс оформлений.



Питання для самоконтролю

1. Що визначає зміст зовнішньоторговельного контракту?
2. Яке значення в договорі купівлі-продажу належить місцю виконання останнього?
3. Які умови визначають найефективніший експорт товару?
4. Окресліть коло можливостей використання типових контрактів.
5. Назвіть основні види оферт.

Тема 9 Економічний аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства

9.1 Сутність і основні показники зовнішньоторговельної діяльності підприємства.

9.2 Показники ефективності зовнішнього інвестування і кредитування.

9.1 Сутність і основні показники зовнішньоторговельної діяльності підприємства

На макроекономічному рівні економічна ефективність зовнішньої торгівлі відображається в економії національної праці, що досягається країною у результаті її участі в міжнародному поділі праці й зовнішньоторговельному товарообігу. Більш конкретно, це характеризують коефіцієнти експортної та імпоротної участі держави в торгівлі.

Коефіцієнт експортної участі відображається формулою

$$K_e = E / \text{ВВП}, \quad (9.1)$$

де E – сума національного експорту;

ВВП – сума відповідного макроекономічного показника.

Коефіцієнт імпоротної участі відображається формулою:

$$K_i = I / \text{ВВП}, \quad (9.2)$$

де I – сума національного імпорту.

На мікроекономічному рівні під зовнішньоторговельною ефективністю розуміють насамперед ступінь зростання доходу від операцій, зокрема прибутку.

До основних показників відносяться такі:

- зростання прибутку від реалізації продукції, балансового й чистого прибутку;
- рентабельність торгівлі в цілому, експорту та імпорту окремо.

Прибуток від реалізації в t-му році можна розрахувати за формулою

$$\Pi = \text{ВВ}_t \times K + \text{ВР}_t - \text{С}_t, \quad (9.3)$$

де ВВ_t – валютна виручка від реалізації з відрахуванням валютних витрат на гарантійне технічне обслуговування і ремонт у іноземного споживача у t-му році;

K – офіційний валютний курс НБУ;

ВР_t – виручка від реалізації на внутрішньому ринку;

С_t – повна собівартість усієї продукції, що реалізована.

Рентабельність зовнішньоторговельних операцій розраховується як відношення обраного показника прибутку до повної собівартості.

Ефективність експорту в загальному вигляді має таке вираження:

$$E = (\text{Ц}_e / \text{Ц}_{oe}) > 1, \quad (9.4)$$

де Ц_e – чистий гривневий еквівалент валютної виручки за товар, що експортується, за відрахуванням додаткових витрат, які пов'язані з оформленням експортної операції.

або:

$$\text{Ц}_e = \text{ВВ} \times K - \text{Д}_e - \text{М}_e, \quad (9.5)$$

де ВВ – валютна виручка за реалізацію даного товару;

K – курс валют;

Д_e – додаткові витрати, які пов'язані з експортом;

М_e – митні платежі за експорт;

Ц_{oe} – оптова внутрішня гривнева ціна товару без ПДВ і акцизного збору.

Рентабельність експорту визначається за формулою

$$\text{Р}_e = (\text{Ц}_e / \text{С}_e) \times 100\%, \quad (9.6)$$

де С_e – повна собівартість експортного товару.

Методика визначення ефективності імпорту залежить від мети імпортування і має два підходи.

Перший підхід характерний для ситуації купівлі товару виробничого призначення іноземного походження як альтернативи закупці на внутрішньому ринку. У даному разі імпортер порівнює власні зовнішньоторговельні витрати з внутрішньою оптовою ціною аналогічного товару.

Ефективність імпортової операції:

$$E_i = C_{oi} / C_i, \quad (9.7)$$

де C_{oi} – оптова ціна внутрішнього ринку;

C_i – грошові витрати імпортера на закупку даного товару з урахуванням митних та інших витрат на легалізацію зовнішньоторговельної операції.

Імпорт є ефективним, якщо $E_i > 1$.

Другий підхід використовується при імпорті товару з метою подальшого перепродажу на внутрішньому ринку. При реалізації в оптовій торгівлі імпортер отримує оптову ціну з ПДВ. Але він сплачує не повну величину, а різницю між податковим зобов'язанням і податковим кредитом, зокрема сум ПДВ, які були сплачені при митній очистці товару. Тому чиста виручка імпортера при реалізації в оптової ланці складатиме $C_{oi} - \text{ПДВ бюджет}$.

Показник ефективності імпорту:

$$E_i = (C_{oi} - \text{ПДВ бюджет}) / C_i, \quad (9.8)$$

де C_i – повні витрати на оприбуткування імпортного виробу.

Операція вважається ефективною при $E_i > 1$.

Якщо імпортер реалізує товар через роздрібну торгівлю, то чиста виручка C_{ri} повинна зменшитися на $\text{ПДВ}_{\text{бюдж}}$ як різницю між податковим зобов'язанням і податковим кредитом, але останній не враховує податкові сплати на митниці.

Показник ефективності імпорту:

$$E_i = (C_{ri} - \text{ПДВ}_{\text{бюдж}}) / C_i. \quad (9.9)$$

Ефективною є операція з $E_i > 1$.

Аналіз ефективності експортних операцій включає:

1) валютна ефективність експорту по окремих видах та інтегральна оцінка в цілому по підприємству, дол. США / грн.;

2) економічна ефективність експорту по окремих видах та інтегральна оцінка в цілому по підприємству, дол. США / грн.;

3) ефективність реалізації експортної продукції на внутрішньому ринку по окремих видах та інтегральна оцінка в цілому по підприємству, грн./грн.;

4) економічний ефект експорту по окремих видах та інтегральна оцінка в цілому по підприємству, грн.

Економічною характеристикою будь – якої операції в ЗЕД є валютна ефективність, що визначається за експортним та імпортним еквівалентам.

Експортний еквівалент – набір товарів і послуг, що експортуються з метою отримання валюти.

Імпортний еквівалент – набір товарів і послуг, які імпортують за отриману від експорту валюту.

Валютна ефективність експорту:

$$E_{\text{эсп.}}^{\text{вал.}} = \frac{\sum_{i=1}^m C_{\text{экс.}i}^{\text{ед.}} * Q_{\text{экс.}i}}{\sum_{i=1}^m Z_{\text{экс.}i}^{\text{ед.}} * Q_{\text{экс.}i}}, \quad (9.10)$$

де $C_{\text{экс.}i}^{\text{ед.}}$ - валютна ціна і – го експортного товару, валюта од./од.;

$Q_{\text{экс.}i}$ - обсяг експорту і – го товару або послуги, натур. од.;

$Z_{\text{экс.}i}^{\text{ед.}}$ - витрати на виробництво т реалізацію продукції одиниці і – го товару або послуги;

m – кількість експортних товарів, що реалізуються.

Коефіцієнт, що характеризує валютну ефективність, не відповідає на запитання про вигідність тієї чи іншої операції. Для цієї оцінки його треба порівняти з відповідною базою. У випадку конвертованої валюти (наприклад, гривні) базовим показником є валютний курс. Для оцінки валютної ефективності експортних операцій використовують обернений валютний курс валют, для оцінки імпортних – прямий курс.

Якщо показник валютної ефективності більше оберненого валютного курсу, то дані операції є валютно ефективними.

Показник економічної ефективності реалізації експортних товарів розраховують як відношення нетто виторгу в іноземній валюті за реалізований товар до його собівартості в гривнях:

$$E_{\text{екон}}^{\text{екс}} = \frac{B_{\text{нетто}}}{Z_{\text{экс.}}}. \quad (9.11)$$

де $E_{\text{екон}}^{\text{екс}}$ - економічної ефективності реалізації експортних товарів;

$B_{\text{нетто}}$ - нетто виторгу в іноземній валюті за реалізований товар, який перераховано в гривні за офіційним валютним курсом на момент проведення аналізу;

$Z_{\text{экс.}}$ - повна собівартість експортної продукції, грн.

Даний коефіцієнт характеризує суму інвалютного доходу від реалізації експортних товарів, що приходить на кожну гривню витрат.

Звітні показники економічної ефективності доцільно порівняти з аналогічними за певний період, що дає можливість визначити, як змінюється

економічна ефективність реалізації експортних товарів у звітному періоді в порівнянні з минулим.

Показник економічної ефективності реалізації експортних товарів необхідно порівняти з економічною ефективністю реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку:

$$E_{\text{вн.ринок}}^{\text{екс.}} = \frac{Q_{\text{екс}} * \Pi_{\text{вн.ринок}}}{Z_{\text{вироб.}}} . \quad (9.12)$$

де $Q_{\text{екс}}$ - обсяг експорту в натуральному вираженні, од.;

$\Pi_{\text{вн.ринок}}$ - ціна продукції аналогічно експортній на внутрішньому ринку, грн;

$Z_{\text{вироб.}}$ - затрати на виробництво всієї партії експортної продукції, грн.

Показник ефекту експорту характеризує діяльність підприємства і розраховується як різниця між обсягом випуску продукції на експорт і затратами на її виробництво:

$$E_{\text{екс.}}^{\text{еф.}} = B_{\text{нетто}} * K_{\text{ві}} - Z_{\text{заг.}} , \quad (9.13)$$

де $B_{\text{нетто}}$ – валютній виторг від реалізації експортної продукції, валюта;

$K_{\text{ві}}$ – коефіцієнт, який враховує вплив валют;

$Z_{\text{заг.}}$ - загальні витрати на виробництво експортної продукції, грн;

Важливим елементом аналізу ЗЕД підприємства виступає виконання комерційних зобов'язань підприємства.

Аналіз виконання зобов'язань за експортними й імпортними операціями відображає:

- кількість і загальну суму підписаних угод;
- кількість, вид і загальну суму контрактів, що були просрочені у виконанні;
- причини недовиконання і прострочення контрактів.

Основними показниками, що характеризують виконання зобов'язань за експортними й імпортними операціями, є:

- коефіцієнт виконання зобов'язань за вартістю:

$$K^{\text{варт.}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i\varphi} * P_{i\varphi}}{\sum_{i=1}^n Q_{in} * P_{in}} , \quad (9.14)$$

де $P_{i\varphi}$ і $Q_{i\varphi}$ – фактичні ціни і кількість товару і;

P_{in} і Q_{in} – планові ціни і кількість товарів і;

n – кількість товарів.

- коефіцієнт виконання зобов'язань за фізичним обсягом :

$$K_{\phi}^{\phi} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i\phi} * P_{in}}{\sum_{i=1}^n Q_{in} * P_{in}}, \quad (9.15)$$

де $Q_{i\phi}$ – фактична кількість експорту;
 P_{in} і Q_{in} – планові ціни і кількість товарів і;
 n – кількість товарів.

- коефіцієнт виконання зобов'язань за ціною:

$$K_{\phi}^{\phi} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i\phi} * P_{i\phi}}{\sum_{i=1}^n Q_{i\phi} * P_{in}}, \quad (9.16)$$

де $P_{i\phi}$ і $Q_{i\phi}$ – фактичні ціни і кількість товару і;
 P_{in} – планова ціна товару;
 n – кількість товару.

Для більш повної характеристики діяльності підприємства на зовнішньому ринку експорт (імпорт) товарів за період, що аналізується, порівнюють з експортом (імпортом) за попередній період, а також проводять аналіз в динаміці.

Для цього по кожній групі товарів розраховують:

- індекс вартості ($I_{\text{варт.}}$)

$$I_{\text{варт.}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i1} * P_{i1}}{\sum_{i=1}^n Q_{io} * P_{io}}, \quad (9.17)$$

де P_{i1} і Q_{i1} – ціна і кількість товарів у розглядуваному періоді;
 P_{io} і Q_{io} – ціна і кількість в базовому періоді;
 n – кількість товарів.

Зміни вартості експорту (імпорту) можуть бути викликані багатьма факторами, але реально можна простежити зміни в ціні й фізичному обсязі:

– індекс цін ($I_{ціна}$):

$$I_{\underset{a}{\overset{ц}{\underset{н}{\underset{а}{і}}}}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{\underset{1}{і}} * P_{\underset{1}{і}}}{\sum_{i=1}^n Q_{\underset{1}{і}} * P_{\underset{о}{і}}} ; \quad (9.18)$$

– індекс фізичного обсягу ($I_{фіз.об.}$):

$$I_{\underset{о}{\overset{ф}{\underset{з}{\underset{б}{і}}}}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{\underset{і}{і}} * P_{\underset{о}{і}}}{\sum_{i=1}^n Q_{\underset{о}{і}} * P_{\underset{о}{і}}} . \quad (9.19)$$

Зміни фізичного обсягу обумовлюються сукупними змінами кількості і кількісної структури. Індекс фізичного обсягу являє собою сукупність індексу кількості й кількісної структури. Вплив кожного з них розраховують окремо.

– індекс кількості ($I_{кільк.}$):

$$I_{\underset{л}{\overset{к}{\underset{і}{і}}}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{\underset{і}{і}}}{\sum_{i=1}^n Q_{\underset{о}{і}}} , \quad (9.20)$$

де Q_{io} – кількість товарів у базовому періоді;

Q_{li} – кількість товарів у періоді, що аналізується;

n – кількість товарів.

Для однорідних товарних груп розраховують індекс кількісної структури ($I_{структ.}$):

$$I_{структ.} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{li} * P_{io}}{\sum_{i=1}^n Q_{i1} * \overline{P_{io}}} , \quad (9.21)$$

де $\overline{P_{io}}$ - середня ціна товару і в базовому періоді.

Середня ціна $\overline{P_{io}}$:

$$\overline{P_{io}} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{io} * P_{io}}{\sum_{i=1}^n Q_{io}} . \quad (9.22)$$

Якщо індекс кількісної структури більше одиниці, це свідчить, що в межах товарної групи збільшилася частина більш дорогих товарів за рахунок більш дешевих товарів. При збільшенні кількості реалізації більш дешевих товарів за рахунок більш дорогих індекс структури менше одиниці.

9.2 Показники ефективності зовнішнього інвестування і кредитування

Важливими показниками при оцінці ЗЕД є *показники ефективності інвестування*. Серед яких необхідно виділити наступні:

- 1) оцінка чистої сьогоденної вартості (ЧСВ);
- 2) внутрішня норма рентабельності (ВНР);
- 3) метод періоду повернення вкладених інвестицій (ППВІ);
- 4) балансова норма рентабельності (БНР);
- 5) індекс прибутковості (ІП).

Умови валютної самостійності підприємства з іноземними інвестиціями.

При аналізі самостійності підприємства з іноземними інвестиціями повинна виконуватися наступна умова:

$$V_{zt} + B_{vt} + W_{vt} + V_{vt} > C_{vt} + K_{vt} + B_{vt} + \Pi_{vt} \times (1 - q) + Z_{ivt} + Z_{ivpt}, \quad (9.10)$$

де V_{zt} – залишок іноземної валюти на рахунку підприємства з іноземними інвестиціями;

B_{vt} – виручка в інвалюті від реалізації в t -му році;

W_{vt} – надходження від сплати відсотків за використання вільних валютних коштів підприємства;

V_{vt} – кредит в інвалюті, одержаний в t -му році;

C_{vt} – витрати в інвалюті на оплату елементів собівартості в t -му році;

K_{vt} – капітальні витрати на розвиток і модернізацію в інвалюті в t -му році;

B_{vt} – виплати підприємства по інвалютним кредитам у t -му році;

Π_{vt} – прибуток іноземного партнера, який переказується за кордон в інвалюті в t -му році;

q – ставка податку на переказ прибутку за кордоном;

Z_{ivt} – зарплата іноземців, що сплачується в інвалюті або переказується у валютному вигляді за кордон у t -му році;

Z_{ivpt} – сума в інвалюті, що переказується за кордон на пенсійне забезпечення іноземних робітників у t -му році.

Інтегральний ефект діяльності підприємства, зокрема з іноземними інвестиціями при відокремленні ефективності участі вітчизняного й іноземного партнерів визначається за формулою

$$E_{int} = (D_t - B_t) \times (1 / (1 + E)^{t-1}), \quad (9.11)$$

де E_{int} – показник інтегрального ефекту або підприємства в цілому, або кожного учасника окремо;

D_t – показник доходів у t -му році;

B_t – показник витрат у t -му році;

E – коефіцієнт дисконтування щодо визначення ступеня зниження цінності витрат і надходжень t -го року в міру їх віддалення від першого року розрахункового періоду.

Використання коефіцієнта дисконтування здійснюється згідно міжнародній практиці оцінки ефективності інвестицій, зокрема рекомендаціями ЮНІДО щодо підготовки промислових техніко-економічних досліджень.

Можливе використання таких значень коефіцієнта дисконтування (Е):

- для розрахунку інтегрального макроекономічного національного ефекту – 0,1 (Ен);
- для визначення ефекту діяльності підприємства в цілому – рівень рентабельності кращих вітчизняних підприємств аналогічного профілю або процентна ставка на довготерміновому ринку капіталів країни іноземного партнера;
- для розрахунку ефекту витрат вітчизняного учасника – галузевий норматив ефективності капіталів його країни.



Питання для самоконтролю

1. За якими критеріями визначається ефективність ЗЕД підприємства?
2. На які групи поділяться показники ефективності ЗЕД підприємства?
3. Що визначають показники ефекту ЗЕД підприємства?
4. Що визначають показники ефективності ЗЕД підприємства?
5. Охарактеризуйте методику аналізу ефективності використання оборотних коштів при експортних операціях?
6. У чому полягає сутність показника валютної ефективності експорту й валютної ефективності імпорту?

Тема 10 Транспортне обслуговування зовнішньоекономічної діяльності

10.1 Класифікація міжнародних перевезень.

10.2 Особливості договорів міжнародних перевезень.

10.3 Особливості застосування «Інкотермс -2010» в Україні.

10.1 Класифікація міжнародних перевезень

У системі міжнародних економічних відносин важливе місце посідають відносини, пов'язані з організацією і здійсненням міжнародних перевезень пасажирів і вантажів різними видами транспорту (залізничним, автомобільним, повітряним, морським, річковим). Міжнародні транспортні перевезення - це необхідна умова успішного розвитку міжнародних економічних відносин. Перевезення сировини, матеріалів, устаткування, сільськогосподарської продукції та інших вантажів, передбачених міжнародними договорами та угодами, – це один із засобів їх реального виконання.

Усі міжнародні транспортні операції можна класифікувати за такими ознаками:

1. За послідовністю виконання:

- довиробничі (планування перевезень, аналіз кон'юнктури і т. д.);

- виробничі;
 - поствиробничі (урегулювання спорів і розрахунків).
2. За предметом транспортних операцій:
- вантажні;
 - пасажирські;
 - багажні.
3. За видом транспорту:
- водяні (морські, річкові);
 - автомобільні;
 - залізничні;
 - трубопровідні;
 - космічні;
 - авіаційні;
 - змішані.
4. За транспортною характеристикою вантажу:
- із сухим вантажем;
 - з наливним чи газоподібним вантажем.
5. За періодичністю:
- регулярні (лінійне судноплавство, регулярне повітряне й авто- повідомлення);
 - нерегулярні (трампове судноплавство, чартерне повідомлення).
6. За порядком проходження границі:
- перевантажувальні;
 - бесперевантажувальні.
7. За видом транспортно-технологічної системи:
- контейнерні перевезення;
 - перевезення генеральних вантажів (у мішках, коробках, шухлядах і іншій упаковці);
 - паромні перевезення;
 - перевезення лихтеровозами, тобто плавучими системами, що включають велике судно-плавбазу, що перевозить кілька десятків малих судів, здатних входити в устя рік і в будь-які мілководні причали;
 - ролкерні перевезення, тобто судами з можливістю прийому автомобілів через ніс чи корму;
 - перевезення танкерами.
8. За закінченістю перевезень у сусідні країни:
- сусідські;
 - транзитні;
 - кільцеві.
9. За видом сполучень:
- прямі;
 - непрямі (ламані, з перевідправленням).
10. За складом учасників перевезень:
- силами виробника;
 - силами продавця чи покупця;
 - силами перевізника;

- силами посередника.

11. За місцем проведення:

- усередині країни;
- по території інших країн.

Міжнародні транспортні договори можуть бути різного змісту, в них обов'язково враховується специфіка виду транспортних засобів. Так, у договорі про торговельне судноплавство визначається, як правило, територія, на яку поширюється договір; питання сприяння сторін свободі торговельного судноплавства; підтримання і розвиток ділових відносин між органами управління транспортом; дотримання у міжнародному судноплавстві принципу вільної і справедливої конкуренції; визнання національної належності судна; надання допомоги у разі корабельних катастроф і аварій та інші питання.

Основний зміст договору перевезення полягає в тому, що перевізник зобов'язується прийняти від відправника вантаж, доставити його в цілості в передбачене договором місце призначення і здати одержувачу вантажу. Вантажовласник зобов'язується сплатити обумовлену провізну плату (фрахт). Крім того, договір перевезення визначає умови навантаження, перевезення, права, обов'язки й рівень відповідальності сторін при різних обставинах, що виникають у процесі доставки вантажів, порядок сплати провізних платежів, вирішення спірних питань. Наявність договору перевезення повинна бути підтверджена письмовим документом, оформленим відповідно до діючих міжнародних конвенцій, угод, нормативних актів в області транспорту.

10.2 Особливості договорів міжнародних перевезень

Обсяг перевезень морськими шляхами рік у рік зростає. Це обумовлюється не лише дешевизною морських перевезень порівняно з іншими видами транспортування, а й географічною зручністю країн, які беруть участь у морських перевезеннях. Для разових перевезень використовуються судна орендовані (фрахтовані); судна, які використовуються на визначений період, строк (тайм-чартер); судна, які на підставі угод між державами використовуються систематично на певних географічних напрямках, за раніше встановленим графіком.

Під час перевезення вантажів морським і річковим транспортом на судах змішаного класу «ріка – море» відповідно до Кодексу торгового мореплавства застосовуються два види договорів перевезення. Перший вид договору, коли фрахтувальником (вантажовласником) і фрахтівником (судновласником) визнаються особи, які уклали один з одним договір щодо фрахтування судна. Предмет договору – морське чи річкове судно. Оформляється цей договір перевезення документом за назвою «чартер».

Договір морського перевезення за чартерами регламентований міжнародними нормами. Чартери можуть бути чистими й відкритими. Чистий чартер підписується без яких-небудь змін стандартної форми. Відкритий чартер – це документ, у якому не зазначені ні рід вантажу, ні пункт призначення.

Форми й проформи чартерів погоджуються і схвалюються в міжнародних морських організаціях, на конференціях. Усі чартери підрозділяються на 12 груп.

Другий вид договору перевезення виступає як бронювання морських і річкових судів і оформляється документом під назвою «коносамент». Договір перевезення по коносаментах застосовується в основному при лінійних сполученнях для перевезення генеральних (тарно-штучних) вантажів.

Коносамент має три функції: служить документом, що засвідчує наявність договору морського перевезення; є розпискою капітана чи його уповноваженого про прийняття вантажу; являє собою товаророзпорядчий документ, що дає право одержати вантаж тому, на кого він виписаний.

Коносамент буває трьох видів: іменний (вказується одержувач вантажу); на пред'явника; ордерний (виданий «за наказом відправника» або «за наказом одержувача»). У коносаменті фіксується обсяг належних перевізнику платежів, час і місце його видачі, кількість екземплярів, у тому числі оригіналів. Підписує коносамент капітан судна чи представник перевізника, уповноважений для цього. Коносамент входить у комплект документів, що надсилаються в банк чи одержувачу для розрахунків за договором купівлі-продажу.

Крім того, договір морського перевезення вантажів може бути укладений з умовою наданням для перевезення не тільки всього судна, але і його частини чи визначених місць вантажних приміщень судна.

Отже наявність і зміст договору морського перевезення можуть бути документовані чартером, коносаментом чи іншим письмовим доказом, що містить права й обов'язки сторін.

У березні 1978 р. в Гамбурзі була прийнята Конвенція ООН про морське перевезення вантажів («Гамбурзькі правила»), що розглянула ряд доповнень і до інших договорів перевезення, крім чартеру.

Міжнародні залізничні перевезення здійснюються на підставі двосторонніх і багатосторонніх угод, що ухвалюються відповідними міністерствами держав-учасників угод. Перевезення проводяться за єдиним транспортним документом – міжнародною накладною СМГС. Це регламентовано Угодою про пряме залізничне вантажне повідомлення між залізницями країн Європи й Азії.

Накладна СМГС є договором перевезення вантажів і складається з п'яти аркушів у комплекті. На кожне повагонне відправлення виписується окрема накладна.

Міжнародні залізничні перевезення регулюються спеціальною багатосторонньою конвенцією, яка була підписана в Берні у 1924 р.

Під час укладання двосторонніх і багатосторонніх угод на перевезення вантажів і пасажирів, як правило, дотримуються певних загальних, стандартних умов. Приймаючи вантаж для міжнародних перевезень, застосовують правила залізниці країни-відправника, але з урахуванням правил, які діють у країні, до якої надсилається вантаж. Усе це дістає своє закріплення у відповідних двосторонніх або багатосторонніх міжнародних угодах.

Міжнародне перевезення автомобільними транспортними засобами використовується у тих випадках, коли це лише одна із можливостей

переміщення вантажів і пасажирів або коли такий вид перевезення у даних умовах є більш рентабельним й ефективним порівняно з використанням інших (залізничних, морських, річкових, повітряних) засобів транспорту.

Міжнародні автомобільні перевезення здійснюються на основі укладених конвенцій і угод. Однією з перших багатосторонніх конвенцій була Конвенція про урегулювання авторуху між країнами, встановлення технічних умов автомашин у міжнародному сполученні, прав управління автомобілем, уніфікації сигналів на автодорогах (Париж, 1926 р.). А в 1949 р. у Женеві була підписана нова багатостороння Конвенція про урегулювання авторуху між країнами.

Договір перевезення оформляється товарно-транспортною накладною.

Для перевезення вантажів між країнами використовуються в основному великовантажні автомобілі з кузовом фургонного типу. Деякі види автомобілів мають фургони, обладнані холодильними установками, що дозволяє їм перевозити швидкопсувні вантажі на міжнародних автотрасах.

Трубопровід являє собою транспортний засіб, що сполучається із шляхом, по якому переміщується вантаж. У міжнародних повідомленнях в основному використовують трубопроводи, по яких транспортують газ, нафту і продукти її переробки.

Документом, що засвідчує укладання договору перевезення авіатранспортом, є вантажна накладна міжнародного зразка. Оформлення накладної регламентоване Конвенцією про уніфікацію деяких правил, що відносяться до міжнародних авіаперевезень. Цей документ одержав назву «Варшавська конвенція». У 1955 р. в Гаазі Варшавська конвенція була переглянута. Ця Конвенція стала додатком до Закону про авіаперевезення 1961 р., що набрав сили 1.06.1967 р. Вантажна накладна міжнародного зразка являє собою комплект, що складається з 12 екземплярів. З метою забезпечення міжнародного перевезення вантажів авіаперевізником оформляються вантажний і фрахтовий маніфести, фрахтовий рахунок, експедиторське свідчення про транспортування вантажів, повідомлення про прибуття вантажу, заяву-вимогу про відправлення та інші документи.

10.3 Особливості застосування «Інкотермс -2010» в Україні

Міжнародні правила інтерпретації комерційних термінів (Інкотермс) вперше були розроблені та затверджені у 1936 р. Міжнародною торговою палатою (англ. International Chamber of Commerce, скорочено ICC) Правила тлумачення міжнародних комерційних термінів (Інкотермс) регулюють питання, пов'язані з доставкою товарів від продавця до покупця, насамперед мова йде про перевезення, а також про відповідальність за експортне та імпортерне очищення товарів. Інкотермс визначають відповідального за оплату доставки, митного оформлення та страхування ризиків на шляху транспортування товарів залежно від означених стандартних умов поставки. Подальші зміни та доповнення відображались у редакціях Правил 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000 рр.

29 грудня 2010 р. правління ICC Ukraine затвердило нову (розроблену ICC у вересні 2010 р.) редакцію Правил Інкотермс-2010. Дана редакція почала застосовуватися у світі з 01.01.2011 р.

Особливістю редакції 2010 р.:

- загальна кількість термінів порівняно з Інкотермс-2000 скорочена з 13 до 11 в результаті анулювання таких умов, як DAF, або поставка до кордону (...назва місця поставки), DES, або поставка із судна (...назва порту призначення), DEQ, або поставка з причалу (...назва порту призначення), DDU, або поставка без сплати мита (...назва місця призначення), і появи двох нових: DAT, або постачання на терміналі (...назва терміналу), та DAP, або постачання в пункті (...назва пункту);
- враховують постійне зростання вільних економічних зон, широке використання і застосування електронних документів, підвищення вимог до питань безпеки, зміни у практиці перевезень;
- містять рекомендації по використанню термінів Інкотермс -2010 у практиці внутрішніх перевезень.

Правила Інкотермс -2010 розділено на два класи (в залежності від виду транспорту, що застосовується):

- перший клас включає сім правил Інкотермс-2010, які застосовуються для будь якого транспорту – EXW, FCA, CPT, CIP, DAT, DAP і DDP.
- другий клас включає терміни, які застосовуються для морського та внутрішнього водного транспорту – FAS, FOB, CFR і CIF.

Правила ІНКОТЕРМС 2010 для будь-якого виду чи видів транспорту включає в себе сім правил, які можуть бути використані незалежно від обраного виду транспорту і незалежно від того, один або більше ніж один вид транспорту використовується для перевезення. Їх можна використовувати навіть при відсутності морського виду перевезення. Важливо пам'ятати, що ці правила можуть бути використані в тих випадках, коли судно використовується для частини перевезення.



Питання для самоконтролю

1. У чому полягає сутність базисних умов поставок товару?
2. Які основні чинники впливають на вибір виду транспорту при міжнародних перевезеннях?
3. Наведіть класифікацію транспортних перевезень у зовнішньоекономічній діяльності за різними ознаками.
4. Охарактеризуйте відмінності між трамповим і лінійним судноплавством?
5. Які транспортні документи необхідні для перевезення вантажів залізничним, автомобільним та авіаційним транспортом?
6. Охарактеризуйте основні умови постачання Інкотермс - 2010

Тема 11 Міжнародні розрахунки

11.1 Сутність міжнародних розрахунків.

11.2 Основні види міжнародних розрахунків.

11.1 Сутність міжнародних розрахунків

Під міжнародними розрахунками розуміють систему здійснення платежів за грошовими вимогами та зобов'язаннями, які виникають у зв'язку з політичними, економічними, торгівельними, культурними та іншими відносинами між юридичними особами та громадянами різних країн. До міжнародних валютних розрахунків, як правило належать, розрахунки та платежі із зовнішньої торгівлі товарами (послугами, за некомерційними операціями, кредитами та рухом капіталу між країнами, включаючи розрахунки з будівництва об'єктів за кордоном та надання різної допомоги.

Міжнародні розрахунки здійснюються у відповідній валюті, обумовленій міжнародними контрактами (угодами), за допомогою банків безготівковим способом на підставі кореспондентських відносин і ведення кредитними установами кореспондентських рахунків.

Для цього банки використовують свої закордонні філії, відділення і кореспондентські відносини з іноземними банками, які супроводжуються відкриттям кореспондентських рахунків.

Таблиця 1 – Коротка характеристика термінів Інкотермс 2010 для будь-якого виду транспорту

№	Термін		Обов'язки	
1	EXW	Ex Works Франко-завод (...назва місця призначення)	<p>Продавець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - надає товар у розпорядження покупця на своєму підприємстві або в іншому названому місці (наприклад: на заводі, фабриці, складі тощо), без здійснення митного очищення товару для експорту та завантаження його на будь-який приймаючий транспортний засіб. 	<p>Покупець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - несе всі витрати та ризики в зв'язку з перевезенням товару від підприємства продавця до місця призначення; - зобов'язаний одержати на власний ризик і за власний рахунок будь-яку експортну та імпорتنу ліцензію або інший офіційний дозвільний документ і виконати, де це належить, усі митні формальності.
2	FCA	Free Carrier Франко-перевізник (...назва місця)	<p>Продавець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - здійснює поставку товару, який пройшов митне очищення для експорту, шляхом передання призначеному покупцем перевізнику у названому місці; - на прохання покупця вправі заключити договір перевезення за рахунок і на ризик покупця; 	<p>Покупець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - за власний рахунок укладає договір перевезення товару від названого місця; - за власний рахунок та на власний ризик одержує імпорتنу ліцензію або інший дозвільний документ, виконує усі митні формальності для імпорту товару та його транзитного перевезення через будь-яку країну.

№	Термін		Обов'язки	
3	CPT	Carriage paid to Фрахт/перевезення оплачено до... (...назва місця призначення)	<p>Продавець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - здійснює поставку товару шляхом його передання перевізнику, призначеному ним самим; - оплачує витрати перевезення товару до названого місця призначення; - за власний рахунок укладає договір перевезення товару до узгодженого пункту в названому місці призначення; - забезпечує страхування на користь покупця проти ризику втрати чи пошкодження товару під час перевезення; - проводить митне очищення товару для експорту. 	<p>Покупець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - за власний рахунок та на власний ризик одержує імпорتنу ліцензію або інший дозвільний документ, виконує усі митні формальності для імпорту товару та його транзитного перевезення через будь-яку країну; - несе всі ризики втрати чи пошкодження товару з моменту його передання перевізнику.
4	CIP	Carriage and Insurance Paid to Фрахт/перевезення та страхування оплачено до... (...назва місця призначення)	<p>Продавець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - здійснює поставку товару шляхом його передання перевізнику, призначеному ним самим; - оплачує витрати перевезення товару до названого місця призначення; - за власний рахунок укладає договір перевезення товару до узгодженого пункту в названому місці призначення; - забезпечує страхування на користь покупця проти ризику втрати чи пошкодження товару під час перевезення; - проводить митне очищення товару для експорту. 	<p>Покупець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - за власний рахунок та на власний ризик одержує імпорتنу ліцензію або інший дозвільний документ, виконує усі митні формальності для імпорту товару та його транзитного перевезення через будь-яку країну; - несе всі ризики втрати чи пошкодження товару з моменту його передання перевізнику.

№	Термін	Обов'язки	
5	DAT Delivered at Terminal Поставка на терміналі (...назва терміналу)	<p>Продавець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - здійснює перевезення товару до погодженого сторонами терміналу та забезпечує його розвантаження на даному терміналі; - за власний рахунок укладає договір перевезення товару до узгодженого терміналу в місці призначення; - надає покупцю на його прохання, на його ризик та за його рахунок інформацію, необхідну покупцю для отримання страхування; - якщо необхідно проводить митне очищення товару для експорту. 	<p>Покупець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - якщо необхідно за власний рахунок та на власний ризик одержує імпорتنу ліцензію або інший дозвільний документ, виконує усі митні формальності, необхідні для імпорту товару; - несе всі витрати та ризики втрати чи пошкодження товару з моменту його поставки на термінал.
6	DAP Delivered at Place Поставка в місці (...назва місця призначення)	<p>Продавець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - здійснює перевезення товару до погодженого сторонами місця не розвантажуючи товар з транспортного засобу у такому місці; - за власний рахунок укладає договір перевезення товару до узгодженого місця призначення; - надає покупцю на його прохання, на його ризик та за його рахунок інформацію, необхідну для отримання страхування; - якщо необхідно проводить митне очищення товару для експорту; - несе всі ризики, пов'язані з доставкою 	<p>Покупець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - якщо необхідно за власний рахунок та на власний ризик одержує імпорتنу ліцензію або інший дозвільний документ, виконує усі митні формальності, необхідні для імпорту товару; - несе всі ризики втрати чи пошкодження товару з моменту його поставки у погоджене місце; - надає продавцю на його прохання необхідну для заключення договору страхування інформацію.

№	Термін		Обов'язки	
			товару в погоджене місце.	
7	DDP	Delivered Duty Paid Поставка до кордону (...назва місця поставки)	<p>Продавець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - здійснює поставку товару, який пройшов митне очищення для експорту, але ще не для імпорту, та надає у розпорядження покупця нерозвантаженим на прибулому транспортному засобі в названому місці та пункті на кордоні, але перед митним кордоном суміжної країни; - за власний рахунок укладає договір перевезення товару до пункту, якщо він названий, у місці поставки на кордоні; - несе всі ризики втрати чи пошкодження товару до моменту здійснення його поставки в названому місці та пункті на кордоні. 	<p>Покупець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - одержує на власний ризик і за власний рахунок будь-яку імпорту ліцензію чи інший офіційний дозвіл, або інші документи, і виконати, де це належить, усі митні формальності, необхідні для імпорту товару та його наступного транспортування; - несе всі ризики втрати чи пошкодження товару з моменту здійснення його поставки у названому місці та пункті на кордоні.

Таблиця 2 – Коротка характеристика термінів Інкотермс 2010 для морського та внутрішнього водного транспорту

№	Термін		Обов'язки	
1	FAS	Free Alongside Ship Франко-вздовж борту судна (...назва порту відвантаження)	<p>Продавець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - здійснює поставку товару і розміщує його біля борту судна на причалі або на ліхтерах в зазначеному порту відвантаження; - проводить митне очищення товару для експорту. 	<p>Покупець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - за власний рахунок укладає договір перевезення товару від названого порту відвантаження; - за власний рахунок та на власний ризик одержує імпорту ліцензію або інший дозвільний документ, виконує усі митні формальності для імпорту товару та його транзитного перевезення через будь-яку країну.
2	FOB	Free on Board Франко-борт (...назва порту відвантаження)	<p>Продавець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - здійснює поставку товару, який має перейти через поручні судна в названому порту відвантаження; - проводить митне очищення товару для експорту. 	<p>Покупець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - за власний рахунок укладає договір перевезення товару від названого порту відвантаження; - за власний рахунок та на власний ризик одержує імпорту ліцензію або інший дозвільний документ, виконує усі митні формальності для імпорту товару та його транзитного перевезення через будь-яку країну; - несе усі витрати й ризики втрати чи пошкодження товару з моменту переходу товару через поручні судна в названому порту відвантаження.

№	Термін		Обов'язки	
3	CFR	Cost and Freight Вартість і фрахт (...назва порту призначення)	<p>Продавець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - за власний рахунок укладає договір перевезення товару до названого порту відвантаження; - здійснює поставку товару, який має перейти через поручні судна в порту відвантаження; - несе витрати та оплачує фрахт, необхідні для доставки товару до названого порту призначення; - проводить митне очищення товару для експорту. 	<p>Покупець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - за власний рахунок та на власний ризик одержує імпорتنу ліцензію або інший дозвільний документ, виконує усі митні формальності для імпорту товару та його транзитного перевезення через будь-яку країну; - несе всі ризики втрати чи пошкодження товару з моменту переходу товару через поручні судна в названому порту відвантаження.
4	CIF	Cost Insurance and Freight Вартість, страхування і фрахт (...назва порту призначення)	<p>Продавець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - за власний рахунок укладає договір перевезення товару до названого порту призначення; - здійснює поставку товару, який має перейти через поручні судна в порту відвантаження; - несе витрати та оплачує фрахт, необхідні для доставки товару до названого порту призначення; - здійснює морське страхування на користь покупця проти ризику втрати чи пошкодження товару під час перевезення; - проводить митне очищення товару для експорту. 	<p>Покупець:</p> <ul style="list-style-type: none"> - за власний рахунок та на власний ризик одержує імпорتنу ліцензію або інший дозвільний документ, виконує усі митні формальності для імпорту товару та його транзитного перевезення через будь-яку країну; - несе всі ризики втрати чи пошкодження товару з моменту переходу товару через поручні судна в названому порту відвантаження.

Характер міжнародних валютних розрахунків визначається міжнародними правилами, валютним законодавством, банківською практикою, звичаями та ін. Кореспондентські відносини визначають порядок розрахунків, розмір комісії, методи поновлення використаних коштів та ін.

Під умовами платежу розуміють спосіб і порядок здійснення фінансових розрахунків (платежів) і гарантії виконання сторонами взаємних міжнародних платіжних зобов'язань. В сучасних умовах зовнішньоекономічної діяльності використовуються такі умови платежу:

- Готівкові та безготівкові платежі:

- готівкові платежі – це перш за все, виплата заробітної плати іноземним громадянам, що працюють на контрактній основі.

В Україні, платежі громадян України за куплені за кордоном товари та надані їм послуги;

- безготівкові платежі – це платежі, що здійснюються за допомогою банків та інших кредитних установ шляхом переказу коштів з розрахункового рахунку одного підприємства іншому або однієї особи іншій.
- платежі з відстрочкою – це платежі, яким надана короткотермінова, середньотермінова чи інша відстрочка платежів згідно із зовнішньоекономічними договорами в (контрактів) та міжурядових угод.
- платежі на умовах кредиту – передбачають, що покупці сплачують суму, обумовлену договором через певний час після поставки товару.
- кредит з опціоном негайного платежу – альтернативна форма платіжних умов, за якої імпортер, використавши право відстрочки платежу за куплений товар, позбавляється цінової знижки, що надається за його негайної оплати.
- клірингові розрахунки – система безготівкових розрахунків за товари, послуги, цінні папери, що базуються на заліку взаємних вимог і зобов'язань.
- валютні застереження – умова в міжнародних кредитних та платіжних угодах і контрактах, що передбачає страхування кредитора або експортера від ризику знецінення валюти платежу. З метою валютного застереження (тобто страхування валютного ризику) можуть бути використані різні методи, але найпоширенішими із них є – валюта країни одного із партнерів, валюта третьої країни, мультивалютне застереження і хеджування.

Важливим методом страхування від можливих валютних втрат через різкі коливання курсів валют та їх інфляцію є метод хеджування, тобто метод укладення поряд з основною угодою допоміжної ф'ючерсної угоди на купівлю в постачальників певного товару «на термін» (мова йде про пізніший термін ніж за основним контрактом. Внаслідок чого будь-яка зміна ціни приносить продавцям і покупцям збитки від одного товару і вигоду від іншого.

Хеджування зумовлено несприятливими для продавців або покупців змінами ринкових цін на товари в майбутньому порівняно з теперішніми, тобто

такими, що існували при укладанні угоди. На практиці використовують декілька видів хеджування – арбітражне, випереджаюче, купівлею, продажем, селективне, чисте або звичайне.

Хеджування арбітражне враховує витрати на зберігання і є вигідним завдяки очікуваній позитивній зміні співвідношення цін на реальний товар біржових котирувань за різними термінами поставки товару.

Хеджування випереджаюче – полягає у купівлі чи продажі ф'ючерсного контракту до закінчення угоди з реальним товаром.

Хеджування купівлею – операція, що здійснюється на ринку через купівлю ф'ючерсного контракту особою, яка продає реальний товар на ринку. Якщо ціна на цей (реальний) товар знизиться, то ф'ючерсний контракт стане дорожчим від ціни купівлі, що дасть змогу компенсувати втрати від продажу реального товару.

Хеджування продажем – операція, що передбачає продаж ф'ючерсного контракту особою, яка купує реальний товар на ринку.

Хеджування селективне – угода на продаж-купівлю реального товару на ф'ючерсному ринку, що здійснюються не одночасно і не на однакову кількість товару.

Хеджування чисте або звичайне полягає у балансуванні протилежними зобов'язаннями на ринку окремого товару та ф'ючерсному ринку і використовується з метою зниження цінових ризиків.

Сьогодні в зовнішньоторговельних операціях діє ціла система засобів і форм платежів, що створює цілісний, гнучкий і динамічний механізм розрахунків.

Засоби платежів залежать від механізму оплати товару стосовно моменту його фактичної доставки. У зовнішньоторговельних операціях існує три способи платежів: платіж готівкою, авансовий платіж і платіж у кредит.

11.2 Основні види міжнародних розрахунків

Платіж готівкою в міжнародному платіжному обороті не означає, що розрахунки ведуться наявними грошовими знаками (банкнотами). Вони практично тут не використовуються. У цьому випадку поняття «розрахунок готівкою» використовується як протилежне авансовому і кредитному способу платежів.

Під «розрахунком готівкою» розуміється оплата торгової угоди проти одержання товаророзпорядчих та інших документів, тобто здійснюється через банк за угодами типу «спот» до чи після передачі продавцем товаророзпорядчих документів чи самого товару покупцю.

Платіж готівкою кращий для фірми-експортера, оскільки забезпечує швидке одержання коштів за проданий товар. Для фірми-імпортера платежі готівкою менш вигідні.

Авансовий платіж припускає виплату покупцем оговореної контрактом суми до передачі товаророзпорядчих документів і самого товару в розпорядження покупця, частіше під час чи навіть до виконання замовлення.

Авансовий платіж відіграє двоїсту роль. З одного боку, авансом імпортер кредитує експортера, а з іншого – забезпечує виконання зобов'язань, узятих імпортером за контрактом, і якщо після виконання замовлення покупець відмовляється від прийняття замовленого товару, то експортер може використовувати аванс для відшкодування своїх збитків.

Відповідно до законодавства України та установлені світової практики вирізняють такі основні платіжні інструменти, що застосовуються в зовнішньоекономічних операціях: *платіжне доручення; акредитив; інкасо; чек; вексель.*

Чек – документ, що містить безумовний наказ власника поточного рахунка банку про виплату зазначеної в рахунку суми визначеному пред'явнику чи особі.

Використання чека як засобу платежу дозволяє заощаджувати витрати на оборот реальних грошей і прискорює платежі, тому що всі чеки оплачуються після пред'явлення.

Розрізняють іменні, ордерні й чеки на пред'явника.

Чеки розділяють на банківські (виписані банком на свій банк – кореспондент) і фірмові (виписані фірмою на одержувача).

Вексель – це цінний папір строго установлені форми, що дає безперечне право її власнику (векселедержателю) вимагати з боржника сплати певної грошової суми.

При розрахунках по зовнішньоекономічних операціях використовують прості й переказні векселі (тратти). Другі застосовують частіше. Переказний вексель (тратта) – це безумовна пропозиція трасанта (кредитора), адресоване трасатові (боржнику), оплатити третій особі (ремітентові) у встановлений термін зазначену суму. При цьому трасант є і кредитором стосовно трасата (боржнику), і боржником стосовно ремітента (рис. 2).

Простий вексель використовується рідше і виставляється боржником (векседавцем), який бере зобов'язання сплатити кредиту визначену грошову суму у певний термін і в зазначеному місці.

У міжнародному платіжному обігу вексель виступає як оборотний фінансовий документ. Це означає, що з передачею векселя іншій особі до нього переходять усі права, вимоги й ризик по цьому документу. Передача векселя здійснюється шляхом простого вручення чи за допомогою передатного підпису (індосамента). Такий напис ставиться на зворотній стороні векселя і підписується індосантом.

Індосаменти бувають таких видів: бланковий, іменний (повний), передоручний.

Третім засобом платежу, що використовується в міжнародній торгівлі, є *банківський переказ*. Це розрахункова банківська операція, що полягає в перекладі платіжного доручення одного банку іншому. Платіжні доручення являють собою наказ клієнта, адресований своєму банку – кореспонденту, про виплату визначеної суми грошей переодержувачу (бенефіціару). Платіжні доручення приймаються банками тільки при наявності грошей на рахунках платників.

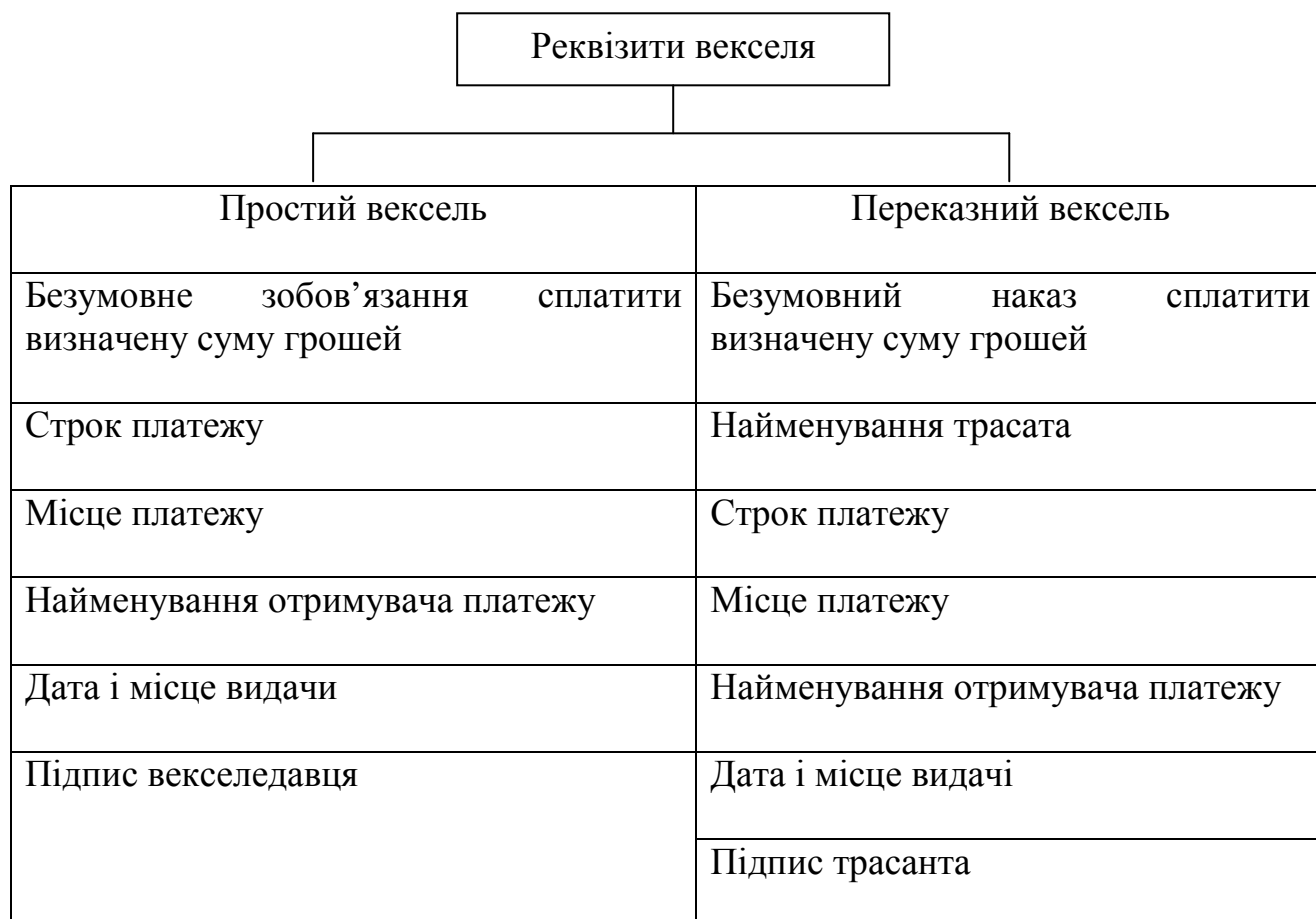


Рисунок 2 – Реквізити простого і переказного векселя

У міжнародних розрахунках вітчизняних підприємств і організацій із закордонними фірмами застосовуються усі форми розрахунків, прийняті в міжнародній практиці, але найбільш розповсюдженими є: документарний акредитив, документарне інкасо, банківський переказ. Відносно рідко вітчизняні організації використовують такі форми розрахунків, як відкритий рахунок, оплата чеками і т. д.

Документарний акредитив – це доручення клієнта (імпортера) банку зробити за його рахунок виплату грошей експортеру (при розрахунках готівкою) чи акцептувати виставлену експортером тратту (при наданні кредиту чи розстрочці платежу) проти одержання зазначених у цьому дорученні товаророзпорядчих та інших документів.

Акредитиви відкривають (виставляють) за домовленістю сторін, які беруть участь у торговій угоді, або в банку країни експортера або в банку країни імпортера.

Акредитиви бувають наступних видів:

Відзивний – може бути відкликаний чи анульований банком – емітентом, який виставив акредитив у будь-який момент і без попереднього повідомлення бенефіціара, тобто на користь кого відкритий акредитив;

Безвідzivний – не може бути відкликаний раніше вказаного терміну його дії. Якщо в заяві про відкриття акредитива чітко не зазначено, чи є він відzivним чи безвідzivним, то він вважається безвідzivним. Непідтверджений, по якому авізуючий банк, який бере участь у цій операції, не бере на себе зобов'язання по його виконанню, але повинен з розумною старанністю перевірити за зовнішніми ознаками дійсність акредитива.

Підтверджений, по якому відповідальність на прохання банку – емітента бере на себе інший банк, який бере участь в операції.

Перекладний (ділений, дробовий, що переуступається) – це акредитив, відповідно до якого бенефіціар (перший), тобто особа, на користь якої виставлений акредитив, доручає банку робити оплату одному чи декільком бенефіціарам (другим) з цього акредитива повністю чи частково. Акредитив може бути переказний тільки в тому випадку, якщо є однозначна вказівка банку-емітента, що він «переказний». Витрати по переказу оплачує перший бенефіціар, якщо немає застережень.

Револьверний (поновлюваний) поповнюється в міру його використання; в акредитивному дорученні вказується мінімальна сума (квота), нижче якої залишок на акредитиві не повинен скорочуватися і підлягає поповненню.



Питання для самоконтролю

1. Які засоби платежу використовуються в зовнішній торгівлі?
2. У яких формах здійснюється авансовий платіж?
3. Які переваги чека як засобу платежу при здійсненні зовнішньоекономічних операцій?
4. Які види акредитивів використовуються в зовнішній торгівлі?
5. Охарактеризуйте особливості інкасової форми розрахунків?

Тема 12 Управління діяльністю спільних підприємств

12.1 Законодавство України про режим іноземного інвестування.

12.2 Особливості функціонування підприємств з іноземними інвестиціями.

12.1 Законодавство України про режим іноземного інвестування

В Україні проблеми міжнародної інвестиційної діяльності регламентуються такими головними законодавчо-нормативними актами:

- Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. (зі змінами і доповненнями);
- Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.1996 р. (зі змінами і доповненнями);
- Митний кодекс України від 11.07.2002 р. (зі змінами і доповненнями).

Згідно з вказаними документами іноземними інвестиціями є цінності, що залучаються в об'єкти інвестиційної діяльності на території нашої країни з метою одержання прибутку або здійснення соціального ефекту.

Іноземні інвестиції можуть здійснюватися:

- іноземної валюти, що визнається конвертованою; Національним банком України;
- валюти України – відповідно до законодавства України;
- будь-якого рухомого і нерухомого майна та пов'язаних з ним майнових прав;
- акцій, облігацій, інших цінних паперів, а також корпоративних прав (прав власності на частку (пай) у статутному капіталі юридичної особи, створеної відповідно до законодавства України або законодавства інших країн), виражених у конвертованій валюті;
- грошових вимог та права на вимоги виконання договірних зобов'язань, які гарантовані першокласними банками і мають вартість у конвертованій валюті, підтверджену згідно з законами (процедурами) країни інвестора або міжнародними торговельними звичаями;
- будь-яких прав інтелектуальної власності, вартість яких у конвертованій валюті підтверджена згідно з законами (процедурами) країни інвестора або міжнародними торговельними звичаями, а також підтверджена експертною оцінкою в Україні, включаючи легалізовані на території України авторські права, права на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, знаки для товарів і послуг, ноу-хау тощо;
- прав на здійснення господарської діяльності, включаючи права на користування надрами та використання природних ресурсів, наданих відповідно до законодавства або договорів, вартість яких у конвертованій валюті підтверджена згідно з законами (процедурами) країни інвестора або міжнародними торговельними звичаями;
- інших цінностей відповідно до законодавства України.

Іноземні інвестиції можуть здійснюватися у таких формах:

- часткової участі у підприємствах, що створюються спільно з українськими юридичними і фізичними особами, або придбання частки діючих підприємств;
- створення підприємств, що повністю належать іноземним інвесторам, філій та інших відокремлених підрозділів іноземних юридичних осіб або придбання у власність діючих підприємств повністю;
- придбання не забороненого законами України нерухомого чи рухомого майна, включаючи будинки, квартири, приміщення, обладнання, транспортні засоби та інші об'єкти власності, шляхом прямого одержання майна та майнових комплексів або у вигляді акцій, облігацій та інших цінних паперів;
- придбання самостійно чи за участю українських юридичних або фізичних осіб прав на користування землею та використання природних ресурсів на території України;

- придбання інших майнових прав господарської (підприємницької) діяльності на основі угод про розподіл продукції;
- в інших формах, які не заборонені законами України, в тому числі без створення юридичної особи на підставі договорів із суб'єктами господарської діяльності України.

12.2 Особливості функціонування підприємств з іноземними інвестиціями

Реєстрація іноземних інвестицій здійснюється обласними державними адміністраціями протягом трьох днів після їх фактичного внеску.

За законодавством України організаційними формами інвестування є:

- утворення підприємств з іноземними інвестиціями;
- концесійні договори;
- контракти виробничої кооперації;
- інвестування у спеціальні економічні зони (СЕЗ) або території пріоритетного розвитку, а також технологічні парки.

Важливо відзначити деякі обмеження щодо інвестицій за кордон резидентами. Вказані інвестиції підлягають квотуванню, ліцензуванню (індивідуальна ліцензія) і спеціальному режиму переказу. Реалізація інвестиційних активів за кордоном відноситься до експорту з усім переліком обов'язкового документування, оподаткування, продажу 50% валютної виручки й термінів зарахування на рахунки в уповноважених банках.

Іноземні інвестиції та інвестиції українських партнерів, включаючи внески до статутного капіталу підприємств, оцінюються в іноземній конвертованій валюті та у валюті України за домовленістю сторін на основі цін міжнародних ринків або ринку України.

Перерахування інвестиційних сум в іноземній валюті у валюту України здійснюється за офіційним курсом валюти України, визначеним Національним банком України.

Згідно з чинним законодавством суб'єкт ЗЕД набуває статус підприємства з іноземними інвестиціями (далі ПІІ), якщо сума вказаних внесків у статутний фонд складає не менше 10%. Майно, що ввозиться на територію України в якості внеску в статутний фонд, звільняється від мита з наданням простого векселя на суму мита з відстрочкою платежу на 30 днів від дати оформлення вантажної митної декларації. Вексель погашається при зарахуванні інвестиції на баланс підприємства і відмітці місцевої податкової інспекції на самому борговому документі. Якщо протягом трьох років вказане майно відчужувати, зокрема при ліквідації підприємства, ПІІ зобов'язане сплатити мито за офіційним валютним курсом на день здійснення операції.

ПІІ діють на загальних засадах з погляду визначення умов реалізації, оподаткування і захисту прав інтелектуальної власності. Особливості режиму діяльності підприємств уточнюються прийняттям додаткових правових актів.

Світовий досвід створення ПП підкреслює існування трьох основних організаційних форм:

- філія з 100% належності іноземному власнику;
- дочірня компанія з часткою нерезидента в статутному фонді більше 50%;
- асоціативна компанія з часткою нерезидента менше 50%.

Визначають класифікацію міжнародних інвестицій за такими критеріями:

1. За джерелами походження:

- офіційні (державні позики, кредити, гранти, допомога, кошти для міжнародних фінансових установ);
- приватні;
- інвестиції міжнародних організацій.

2. За характером користування:

- підприємницькі;
- позичкові.

3. За терміном вкладень:

- короткотермінові до 1 року;
- середньотермінові від 1 до 5 років;
- довготермінові більше 5 років.

4. За особливостями функціонування

- прямі — з метою одержання довготермінової зацікавленості при забезпеченні фінансового і управлінського контролю над об'єктом розташування інвестицій;

- портфельні — недостатні для здійснення контролю, як правило у вигляді цінних паперів;

- інші, які пов'язані з міждержавними кредитами й банківськими депозитами;

- резервні, які пов'язані з наявністю золотовалютних запасів.

Міжнародне регулювання здійснюється на міждержавній основі (наприклад, режим найбільшого сприяння), регіональних документах у межах інтеграційних угруповань або функціях світових інвестиційних установ (БАГІ (MIGA) — Багатостороння агенція з гарантій інвестицій, що діє в якості автономної складової групи Світового банку; МЦУІС (ICSID) — Міжнародний центр з урегулювання інвестиційних спорів; Угода про інвестиційні засоби, які пов'язані з торгівлею, діюча в межах ВТО (TRIM); Комісія ЮНІДО (UNCTAD) з інвестицій та ін.).

Із метою регулювання міжнародних інвестиційних відносин використовуються норми і принципи міжнародного економічного права, система яких називається міжнародним інвестиційним правом. Ці норми та принципи мають відповідні джерела, до яких насамперед слід віднести двосторонні міжнародні угоди (про сприяння та захист інвестицій, про усунення подвійного оподаткування, про економічне та промислове співробітництво, торговельні угоди тощо). Як приклад можна навести двосторонні угоди, укладені Україною з іншими державами.

Важливе значення як джерела міжнародного інвестиційного права мають багатосторонні угоди, зокрема Конвенція про порядок вирішення інвестиційних спорів між державами та іноземними особами, підписана Україною у Вашингтоні 3 квітня 1998 р. (ратифікована Верховною Радою України від 16 березня 2000 р.), Сеульська конвенція про заснування Багатостороннього агентства з гарантій інвестицій, Угода щодо торговельних аспектів іноземних інвестицій (ТРИМС), яка діє в системі СОТ.

Для іноземних інвесторів на території України встановлюється національний режим інвестиційної та іншої господарської діяльності, за винятками, передбаченими законодавством України та міжнародними договорами України.

Для окремих суб'єктів підприємницької діяльності, які здійснюють інвестиційні проекти із залученням іноземних інвестицій, що реалізуються відповідно до державних програм розвитку пріоритетних галузей економіки, соціальної сфери і територій, може встановлюватися пільговий режим інвестиційної та іншої господарської діяльності. Законами України можуть визначатися території, на яких діяльність іноземних інвесторів та підприємств з іноземними інвестиціями обмежується або забороняється, виходячи з вимог забезпечення національної безпеки.

Іноземні інвестори мають право на відшкодування збитків, включаючи упущену вигоду і моральну шкоду, завданих їм внаслідок дій, бездіяльності або неналежного виконання державними органами України чи їх посадовими особами передбачених законодавством обов'язків щодо іноземного інвестора або підприємства з іноземними інвестиціями, відповідно до законодавства України.



Питання для самоконтролю

1. Дайте визначення поняттю «іноземна інвестиція».
2. Які класифікації міжнародних інвестицій існують?
3. Назвіть законодавчі форми створення ПП в Україні.
4. Дайте визначення кваліфікаційній інвестиції?
5. Як відбувається процедура державної реєстрації ПП?
6. Як відбувається процедура митного оформлення майна, яке ввозить в якості внеску в статутний фонд ПП?

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ

1. Про зовнішньоекономічну діяльність [Текст]: закон України від 16.04.91 р. № 959-ХП11/ Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 29. – Ст. 377.
2. Про основи національної безпеки України [Електроний ресурс]: закон України від 19 червня 2003 р. № 964 – IV// [Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/964-15](http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/964-15)
3. Дідківський, М. І. Зовнішньо-економічна діяльність підприємства [Текст]: навч. посіб. / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 463 с.
4. Рогожин, В. Д. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності [Текст]: навч. посіб./ В. Д. Рогожин, Л. В. Базалієва. – Х.: ХНЕУ, 2006. – 196 с.
5. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств [Текст] : підручник / І. В. Багрова, Н. І. Редіна, В. Є. Власюк, О. О. Гетьман за ред. І. В. Багрової. – К.: ЦНЛ, 2004. – 580 с.
6. Вітлінський, В. В. Ризикологія в зовнішньоекономічній діяльності [Текст]: навч. посіб. / В. В. Вітлінський, Л. Л. Маханець. – К.: КНЕУ, 2008. – 432 с.
7. Васильківський, Д. М. Конкуренція в міжнародному бізнесі [Текст]: конспект лекцій / Д. М. Васильківський, О. Ф. Яре-менко. – Хмельницький: ХНУ, 2007. – 83 с.
8. Козак, Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств [Текст]: кредитно – модульний курс. Навч. посіб. / Ю. Г. Козак. – К.: ЦНЛ., 2010. – 286 с.
9. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності [Текст]: навч. посіб. / О. П. Гребельник. – К.,ЦНЛ. – 2008. – 384 с.
10. Облік зовнішньоекономічної діяльності [Текст]: навч. посіб. / М. Ф. Огійчук, В. Г. Шандурська, М. І. Беленкова [та ін.]. – К.: Алерта, 2009. – 332 с.
11. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності [Текст]: підручник. / за ред. О. А. Кириченка. — К., 2008. — 518 с.
12. Кадуріна, Л. О. Облік зовнішньоекономічної діяльності на підприємствах України: теорія, практика, рекомендації [Текст]: навч. посіб. / Л. О. Кадуріна, М. С. Стрельнікова. – К.: ЦУЛ, 2007. – 606 с.
13. Голиков, А. П. Международные экономические термины [Текст]: словарь – справочник / А. П. Голиков, А. П. Черномаз. – К.: ЦУЛ., 2008. – 376 с.
14. Маляревський, Ю. Д. Управління економічною безпекою зовнішньоекономічної діяльності підприємства: обліково-аналітичні аспекти [Текст]: монографія / Ю. Д. Маляревський, С. В. Лабунська, О. В. Прокопішина. – Харків : ХНЕУ, 2009. – 160 с.
15. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Тексти лекцій (для студентів усіх форм навчання спеціальності 6.050200 – «Менеджмент організацій». Авт.: Данильченко Є. П., Островський І. А., Шекшуєв О. А. – Харків: ХНАМГ, 2008 – 124 с.

16. Рогожин, В. Д. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності [Текст]: навч. посіб./ В. Д. Рогожин, Л. В. Базалієва. – Х.: ХНЕУ, 2006. – 196с.
17. Торгова, Л. В. Основи зовнішньоекономічної діяльності [Текст] : практикум / Торгова Л. В., Хитра. О. В. – Л. : Новий Світ-2000, 2007. – 220 с.
18. Україна на шляху до європейської інтеграції: економічна безпека, переваги вибору [Текст] : монографія / за ред. В. М. Нижника. – Хмельницький: ХНУ, 2008. – 307 с.
19. Черномаз, П. О. Міжнародний маркетинг [Текст] : навч. посіб. / П. О. Черномаз. – К. : Академвидав, 2010. – 272 с.
20. Ціноутворення в умовах ринку [Текст] : навч. посіб. / Ю. І. Літвінов, Л. А. Останкова [та ін.]. - К. : Центр учбової літератури, 2010. - 400 с.

Навчальне видання

ПУШКАР Тетяна Андріївна

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

з курсу

МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*(для студентів заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня
«спеціаліст» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво»
спеціальності 7.03050401 – Економіка підприємства)*

Відповідальний за випуск *А. Є. Ачкасов*

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання *І. В. Волосожарова*

План 2015, поз. 194 Л

Підп. до друку 12.10.2015

Формат 60х84/16

Друк на ризографі

Ум. друк. арк. 5,3

Тираж 50 пр.

Зам. №

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Революції, 12, Харків, 61002

Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 4705 від 28.03.2014 р.